

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian terletak di JL. H. Saberan Effendi Kelurahan Sungai Malang No.064, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan Selatan.



Gambar 1.1 Toko jasa jahit Mustami Rezki *Tailor Shop*

3.2 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang di pakai oleh peneliti adalah metode penelitian *survey*, yaitu dengan cara menyebarkan angket kuesioner kepada responden yang telah dijadikan penelitian.

Menurut Sugiyono (2019 : 2) Metode Penelitian yang merupakan cara ilmiah di gunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu.

Metode penelitian berhubungan dengan erat dengan *procedure*, teknik, alat serta desain penelitian yang digunakan.

3.3 Tipe Penelitian

Menurut Sugiyono, (2011;9) analisis data bersifat induktif atau kuantitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Maka dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana metode kuantitatif *filsafat positivisme* (dapat diklarifikasikan, relative tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat) digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengeumpulan data menggunakan instrument penelitian , analisis data bersifat kuantitatif.

Untuk penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mustami Rezki *Tailor Shop* di Sungai Malang, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.

Disimpulkan bahwa populasi adalah suatu kelompok dari orang atau benda atau hebat atau entitas apapun yang digunakan sebagai sumber dari

penelitian karena memiliki karakter dan juga standar untuk syarat dalam penelitian.

Diketahui populasi pada Mustami Rezki *Tailor Shop* sebanyak 250 responden.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive* sampling.

Dimana peneliti memberikan kuesioner kepada setiap individu yang di temui dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang di pilih sampel antara lain :

- a. Responden adalah Pelanggan pada Mustami Rezki *Tailor Shop*
- b. Responden yang di pilih adalah konsumen yang melakukan pesanan jahit serta pelanggan yang membeli perlengkapan menjahit di toko tersebut.
- c. Responden hanya mengisi 1 kali (1 kuesioner)
- d. Tidak ada paksaan

Ukuran sampel akan di tentukan berdasarkan rumus dari slovin (widayat dan amirullah, 2002 ;60) dengan rumus sebagai berikut :

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10 %, maka jumlah sampel yang di ambil adalah sebagai berikut :

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

N = Jumlah Populasi

e = Jumlah Kesalahan

maka, N = 250

$$n = \frac{250}{1+250(0,1)^2}$$

$$n = \frac{250}{1+250 \times 0,01} = \frac{250}{3,5} = 71 \text{ Responden}$$

Dari rumus slovin di dapatkan jumlah sampel 71 responden yang akan dijadikan dalam penelitian ini. Untuk mengisi kuesioner sebanyak 71 responden ini dilakukan melalui goggle form kepada konsumen Pada Toko Mustami Rezki *Tailor Shop*.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015, h.38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

**Tabel 2. 1 Desain Operasional Variabel Jasa Jahit Mustami Rezki
Tailor Shop**

No	Variabel (X)	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Realibility (x)</i>	Kemampuan menyampaikan layanan yang dijanjikan akurat sejak pertama kali	a) Penyediaan b) Penyelesaian masalah c) Memberikan pelayanan yang di janjikan dan membantu penyelesaian masalah (Tjiptono dan Chandra (2012:78)	<i>Likert</i>
2	<i>Responsiveness</i>	Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan	a) Kesediaan untuk membantu b) Menyampaikan	<i>Likert</i>

No	Variabel (X)	Definisi	Indikator	Skala
		para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera	jasa secara tepat	
3	<i>Assurance</i>	Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya diri (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence).	a) Pengetahuan b) Kompetensi c) Kesopanan d) Sifat dapat dipercaya e) Bebas dari bahaya dan ragu-ragu	<i>Likert</i>

No	Variabel (X)	Definisi	Indikator	Skala
4	<i>Empathy</i>	Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang di berikan kepada konsumen	a) Kepedulian b) Komunikasi yang baik c) Perhatian pribadi d) Pemahaman individual atas pelanggan e) Kemudahan menjalin relasi	<i>Likert</i>
5	<i>Tangible</i>	Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi konsumen	a) Kebersihan dan kenyamanan yang di gunakan untuk transaksi b) Kerapian penampilan c) Fasilitas layanan yang baik	<i>Likert</i>

No	Variabel(Y)	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk dan Jasa		1. produk yang sesuai dengan yang di harapkan konsumen 2. Jasa yang diberikan dapat menghasilkan produk yang bernilai bagus	<i>Likert</i>
2.	Kualitas Pelayanan		1. pelayanan yang baik 2. informasi yang relevan	<i>Likert</i>
3.	Harga		1. harga yang sesuai 2. daya saing harga	<i>Likert</i>

No	Variabel (Y)	Definisi	Indikator	Skala
4.	Emosional		1. perasaan yang menyenangkan konsumen 2. kepuasan terhadap suatu produk	<i>Likert</i>
5.	Biaya		1. tidak membebankan konsumen 2. biaya yang standard an wajar dikantong konsumen	<i>Likert</i>

Sumber :Data Penelitian diolah, 2024

3.6 Instrument Penelitian

Pada prinsipnya melakukan penelitian adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasa dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2019:156) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument yang di gunakan pada penelitian ini adalah angket (kuesioner). Kuesioner ini untuk memperoleh data menggunakan sekunder untuk memperkuat argumentasi yang di peroleh dari situs *website*

atau sumber-sumber yang telah ada dengan menggunakan skala *likert interval* 1-4.

Dalam hal ini responden diharuskan memilih salah satu dari kelima jawaban yang tersedia, kemudian selanjutnya masing- masing jawaban di beri nilai.

Tabel 2. 2 Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Operasional Penelitian	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X) Tjiptono (2016)	1. Keandalan (<i>Reability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu memberikan Kecepatan dalam pelayanan • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu memberikan pelayanan dengan baik dan benar • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan ketepatan waktu sesuai dengan janji yang diberikan 	Skala <i>Likert</i>

	<p>2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan kesiapan untuk merespon permintaan konsumen 	<p>Skala <i>Likert</i></p>
	<p>3. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> menumbuhkan rasa percaya pada konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu menjawab pertanyaan konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> senantiasa bersikap sopan kepada konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> bersikap peduli kepada konsumen 	<p>Skala <i>Likert</i></p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> bersikap sabar dan menerima komplimen dari konsumen 	
	<p>4. Empati (<i>empathy</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> Memberikan perhatian individual kepada konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan keramahan dalam menangani konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan waktu operasional yang memudahkan konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen • Penjahit Mutami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang 	Skala <i>Likert</i>

		status sosial	
	5. Bukti fisik <i>(Tangibles)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> menjaga kebersihan dan kerapian agar konsumen merasa puas • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> menyiapkan kelengkapan bahan untuk menjahit untuk memudahkan konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> melayani konsumen dengan urutan kedatangan dengan tidak membeda bedakan. 	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Produk dan Jasa	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu membuat produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu memberikan 	Skala <i>Likert</i>

Ratnasari dan Aksa		produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	
	Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu memberikan kualitas pelayanan dengan baik terhadap konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> Mampu menyampaikan informasi dengan jelas tentang produk terhadap konsumen 	Skala Likert
	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan harga yang sesuai dengan kualitas terhadap konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan harga yang bersaing dengan penjahit yang lain 	Skala Likert
	Emosioanal	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> membuat konsumen merasa puas dan percaya diri 	Skala Likert

		<p>pada produk yang dihasilkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memberikan kualitas pelayanan jasa yang bagus 	
	Biaya	<ul style="list-style-type: none"> • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> mampu memberikan harga yang terjangkau terhadap konsumen • Penjahit Mustami Rezki <i>Tailor Shop</i> memudahkan konsumen untuk mendapatkan dan menikmati produk yang sesuai tanpa biaya yang bernilai tinggi. 	Skala <i>likert</i>

Sumber : Data Penelitian diolah,2024

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:296) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun pengumpulan data terdiri dari:

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui Kuesioner atau angket. Cara penyebaran angket dalam penelitian ini yakni

menggunakan *Gogle Form* dengan *Link*. Dan mengirim *Link* kepada responden yaitu Konsumen Mustami Rezki *Tailor Shop* untuk di jawab. Menurut Sugiyono, (2016 : 162) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang sangat efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa bisa di harapkan dari responden.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila di bandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek – objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat tentang perilaku dan makna perilaku tersebut, observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya pada usaha Mustami Rezki “ *Tailor Shop*”

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi di gunakan untuk mengumpulkan data yang kemudian di telaah.

3.8 Teknik Penentuan Skor

Teknik penentuan skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. menurut sogiyono (2018: 93) skala *likert*

digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau perilaku seseorang atau sekelompok orang. Tentang fenomena sosial. Cara penentuan skor dilakukan melalui berbagai pertanyaan yang diajukan kepada responden. Kemudian akan ditentukan skor dari setiap jawaban sehingga menjadi data yang kuantitatif. Kemudian akan ditentukan skor dari setiap jawaban sehingga menjadi data yang kuantitatif. Dan dari setiap alternatif jawaban akan diberikan skor yang berbeda, yaitu:

Tabel 2.3 Penentuan Skor,2024

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	4
2	S	Setuju	3
3	TS	Tidak Setuju	2
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data penelitian di olah, 2024

Kemudian untuk uji skorsing pada data dan informasi dengan cara memberi skor pada data dan informasi yang dianalisis dan kemudian dihitung kumulatif yang akhirnya dapat dihitung rata-rata persentasenya. Hasilnya dapat digunakan untuk pengambilan kesimpulan yang dapat memberikan arahan terhadap saran atau rekomendasi sebagai upaya pemecahan masalahnya.

3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:175) Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Dalam mengukur validitas, peneliti menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* yang berguna untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Rumus yang dapat digunakan untuk r_{hitung} menurut Riyanto (2020) adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{(n \sum Xi^2 - \sum Xi)^2 (n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

$\sum xi$ = Jumlah skor item

$\sum yi$ = Jumlah Skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

uji validitas sangat berpedoman pada nilai r_{tabel} dan nilai r_{hitung} . untuk mengetahui nilai r_{tabel} dapat menggunakan nilai *degree of freedom* (df) dengan persentase 5% dengan rumus sebagai berikut :

$$df = n - 2$$

dimana :

$df = \textit{degree of freedom}$

$n = \text{jumlah data keseluruhan}$

Terdapat 2 pertanyaan yang dapat digunakan oleh peneliti dalam melakukan pengambilan keputusan menurut Riyanto (2020;64) :

- a. jika nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,05 dan bernilai positif maka indikator tersebut dapat ditanyakan valid.
- b. jika nilai dari $r_{hitung} < r_{tabel}$ 0,05 dan bernilai negatif, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Khairinal (2016:347) Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih berulang kali hasilnya tetap sama disebut reliabel.

Menurut Sugiyono (2019:176) Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang

sama di lain tempat. Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas adalah untuk menyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid. Penggunaan pengujian reliabilitas adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas instrument akan menggunakan *reliability analysis* dengan teknik *Alpha Cronbach's* yang mempunyai rumus sebagai berikut (Arikunto, 2017:16) :

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{\sum S_x^2} \right)$$

keterangan :

α = Koefisien reliabilitas Alpha

K = Banyaknya belahan

S_j^2 = Varians skor belahan (S12+S22 atau varians skor belahan 1 + varians skor belahan 2)

S_x^2 = Varians Varians skor total

Uji *Cronbach's Alpha* tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas dalam skala likert, yaitu dengan mengukur keeratan hubungan antara satu set item sebagai sebuah kesatuan dalam konsep. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Cronbach Alpha* berdasarkan kriteria reliabilitas batas terendah reliabilitas adalah 0.6.

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 maka koesioner atau angket dinyatakan reliabil atau konsisten.

- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < dari 0,6 maka koefisien atau angket dinyatakan tidak reliabel atau konsisten.

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis secara kuantitatif yang di nyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode pengukuran dalam skala *likert*.

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana merupakan analisis besarnya pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:261 Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini, persamaan regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Konsumen (y). Dimana :

$$Y' = a + bx$$

Keterangan :

Y' : Nilai variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

A : Bilangan Konstan

b : Koefisien regresi

x_1 : Nilai variabel bebas (Kualitas pelayanan)

2. Uji T

Uji T adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Uji T_{test} mengasumsikan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal (mendekati Normal) dan memiliki varian yang sama.

T-statistics merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur *bootstrapping*. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali,2016).

Rumus t_{hitung} adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = b_i / S_{b_i}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Dengan menggunakan tingkat signifikansi ($= 5\%$) dan $df (n-k-1)$.

Adapun kriteria dari uji *statistic t* :

- a. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerapkan varias variabel dependen Y. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 kecil artinya variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati suatu arti variabel-variabel independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen