

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *field research*, yaitu suatu penelitian dimana peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mencari data-data dan berbagai informasi yang dibutuhkan.¹ Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang diperoleh menggunakan prosedur statistik, dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel – variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.² Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.

B. Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan faktor yang paling menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.³

¹Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), 14.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 12.

³ Nur Indriantoro, *Metododologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002), 146.

Data primer pada penelitian ini diperoleh oleh jawaban para responden terhadap angket/kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti. Adapun responden yang mengisi angket yaitu konsumen dari Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.

2. Data Sekunder.

Data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data.⁴ Dalam penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian yaitu Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.

Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu:

- a. Buku-buku yang berkaitan dengan pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Jurnal-jurnal yang berkaitan dengan citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.⁵ Populasi pada penelitian ini adalah sebuah konsumen yang melakukan pembelian baju di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus. Maka dari itu, populasi ini merupakan populasi tak terbatas (*infinite population*) karena tidak diketahui secara pasti jumlah konsumen yang datang untuk membeli di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.

⁴ V. Wiratna Sujarwi, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 89

⁵ Edy supriyadi, , *SPSS + Amos : statistical Data Analysis* (Bogor:in Media, 2014),17

2. Sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dilakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).⁶ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Yaitu, teknik sampling kebetulan ada atau dijumpai. Artinya siapa saja konsumen yang membeli produk di toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus secara kebetulan bertemu dengan peneliti akan dijadikan sampel, jika dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data. Penentu jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin.

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

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

E = tingkat kesalahan, bisa 1%, 5%, stsu 10% .

dikarenakan menggunakan rumus derajat keyakinan 90% maka e = 10%

Jadi diaplikasikan dalam rumus, maka :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{440}{1 + 440(0,1)^2} \\ n &= \frac{440}{5,4} \\ &= 81,48 \\ &= 82 \end{aligned}$$

Bedasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 82 responden.

D. Identifikasi Variabel

Kerlinger dalam Sugiyono menyatakan bahwa variabel adalah konstruktur (*constructs*) atau sifat yang

⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 62.

akan dipelajari.⁷ Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel *independen* dan variabel *dependen* sebagai berikut:

1. Variabel X (Variabel *independen*/ Bebas)
variabel *independen* merupakan sering juga disebut variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel (*dependent*).⁸ Terdapat dua variabel bebas/independen dalam penelitian ini citra toko kualitas pelayanan.
2. Variabel Y (Variabel *Dependen*/ Terikat)
Variabel *Dependen* merupakan sering juga disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (*dependent*) dalam ini adalah kepuasan konsumen.

E. Variabel Operasional

Variabel Operasional penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi oprasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoprasionalisasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang baik.⁹

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 39.

⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 77.

⁹ Nur Indriantoro, *Metododologi Penelitian Bisnis*, 69.

Tabel 3.1.
Definisi Oprasional Variabel

No	Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Pengukuran
1.	Citra Toko (X1) rujukan dari Jurnal Rizqi Nugraheni (2012)	Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan-pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek tersebut.	1. Pengaturan toko 2. Percahayaan ruangan 3. Display toko 4. Kebersihan toko 5. Halaman parkir yang memadai. ¹⁰	skala likert
2.	kualitas pelayanan (X2) rujukan dari Jurnal Sabariah (2015)	Kualitas pelayanan merupakan dimana pelanggan akan merasa sangat puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai yang diharapkan	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan kepastian 5. Empati ¹¹	skala likert

¹⁰ Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel*, 214.

¹¹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 217

3.	Kepuasan konsumen (Y) rujukan dari buku Sudaryono, <i>Manajemen Pemasaran</i>	kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidapuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Harga 3. Kualitas pelayanan 4. Faktor emosional 5. Biaya dan kemudahan¹² 	Skala Likert
----	---	--	---	--------------

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.¹³ Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah konsumen Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus

Dalam penelitian ini kuesioner yang disusun berupa penelitian skala pemahaman. Terdiri dari butir – butir pertanyaan atau pernyataan mengenai teori citra toko, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang disertai

¹² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: pustaka Setia, 2015),239

¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

jawaban acuan dengan bobot nilai yang berbeda. Model skala dalam penyusunan kuesioner ini adalah model likert. Dalam metode angket/kuesioner disusun dengan skala *likert (likert scale)* untuk mendapatkan data yang bersifat subjektif, maka masing- masing dibuat dengan menggunakan pilihan yang diberikan skor sebagai berikut.¹⁴

G. Teknik Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Jika kata sinonim dari reliabilitas yang paling tepat adalah konsistensi, maka esensi dari validitas adalah akurasi. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.¹⁵ Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing – masing variabel, maka dengan *degree of freedom* (df) = n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 0,05. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif maka variabel tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut dikatakan tidak valid.¹⁶

b. Uji Reliabilitas.

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali. Dalam hal kuesioner, pertanyaan-pertanyaan yang termuat

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 98.

¹⁵ Nur Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta:BPFE,2002), 181.

¹⁶ Imam Ghazali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011), 52.

didalamnya dibuat sedemikian rupa, sehingga jika diisi berulang kali oleh responden hasilnya masih relatif konsisten.¹⁷ Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.¹⁸

H. Uji Asumsi Klasik

1. Teknik Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.¹⁹ Untuk menguji data distribusi normal atau tidak dengan melihat normal *probability plot*. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁰

¹⁷Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,2002),101.

¹⁸Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 98.

¹⁹Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015),106.

²⁰Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 163.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varians variable dalam model tidak sama (konstan). Konsekuensi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksiran (*estimator*) yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun dalam sampel besar, walaupun penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya (tidak bisa) dan bertambahnya sampel yang digunakan akan mendekati nilai sebenarnya (konsisten). Ini disebabkan oleh variansnya yang tidak minimum (tidak efisien).²¹ Pada saat mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variable terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika grafik plot menunjukkan suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka dapat disimpulkan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²²

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variable *independent* yang memiliki kemiripan antar variable *independent* dalam suatu model. Kemiripan antar variable *independent* akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat, selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen

²¹Algifari, *Analisis Regresi Teori Kasus dan Solusi* (Yogyakarta: BPFE, 2011), 85.

²²Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 139.

terhadap variabel *dependent*.²³ Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variable independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model yang bebas Multikoliniearitas yaitu mempunyai nilai $Tolerance > 0,1$ atau dan nilai $VIF < 10$.²⁴

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menguji dan menganalisis pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variable *independen* dengan variable *dependent* apakah berpengaruh secara positif atau negatif. Pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar citra toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin.²⁵

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

²³Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 158.

²⁴Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 105.

²⁵Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 160.

- b1 = Koefisien citra toko
- b2 = Koefisien kualitas pelayanan
- X₁ = Citra toko
- X₂ = kualitas pelayanan

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X₁) secara individual mempengaruhi variabel *dependent* (Y). Uji statistik t dilakukan untuk membandingkan nilai terhitung dengan tabel dengan ketentuan sebagai berikut:²⁶

a. Kriteria pengujian

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak atau jika $sig < 0,05$ maka H₀ ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima atau jika $sig > 0,05$ maka H₀ diterima.

c. Uji F simultan

Uji F simultan adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X₁ dan X₂), secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Uji statistik f dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:²⁷

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak atau jika $Sig < 0,05$ maka H₀ ditolak
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ diterima atau jika $Sig > 0,05$ maka H₀ diterima.

d. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R² semakin besar maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y)

²⁶Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162.

²⁷Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162.

yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.²⁸ Pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (*Adjusted R²*).

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besaran setara masing-masing pengamatan. Sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi. Secara matematis jika nilai $R^2=1$, maka *adjusted R²*= $R^2=1$ sedangkan jika nilai $R^2=0$, maka *adjusted R²*= $R^2=0$ sedangkan jika nilai $R^2=0$, maka *adjusted R²*= $(1-k)/(n-k)$, jika $k>1$, maka *adjusted R* akan bernilai negatif.²⁹

²⁸V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 164.

²⁹Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 98.