

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, yang menanyakan hubungan variabel pada suatu objek, ditujukan untuk mencari tahu ada tidaknya pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen.<sup>1</sup> Penelitian ini di tujukan untuk melihat mengenai pengaruh antara Kualitas Pelayanan Islami, Promosi, dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Munna Collection.

Pendekatan yang digunkana di penelitian yaitu pendekatan kuantitatif. Pada pendekatan kuantitatif penelitian yang mengutamakan analisisnya berdasarkan data *numerical* (angka) dengan pengolahnya yang menggunakan metode statistika.<sup>2</sup> Metode dalam penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme ini dipakai untuk penelitian populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data yang memiliki sifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini pembahasan akan menitikberatkan pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Promosi, dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Munna Collection.

### B. Sumber Data

Data (tunggal datum) yaitu sekelompok fakta yang terkumpul dari objek penelitian yang perolehannya dari lokasi yang sedang diteliti.<sup>4</sup> Pada penelitian ini menggunakan sumber data primer.

---

<sup>1</sup> Michael B. Pontoh dkk, *Juenal EMBA: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi, Vol. 2, No. 7, September 2014, 288.

<sup>2</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Pustaka Pelajar : Yogyakarta, 2001), 5.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : ALFABETA, 2019), 16-17.

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuabtitatif*, (Jakarta: KENCANA, 2005), 129.

Data primer yaitu data yang perolehannya menggunakan cara langsung dari asalnya di lokasi pertama, pada penelitian ini menggunakan cara pengambilan secara langsung pada subyek sebagai pusat informasi yang sedang diteliti.<sup>5</sup> Adapun data primer yang diperoleh dari penelitian ini yaitu jawaban responden yang mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti. Maka pada penelitian ini responden yang mengisi kuesioner (angket) yaitu konsumen Munna Collection.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi yaitu gabungan dari suatu wilayah berdasarkan kriteria tertentu meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas dan perilaku unik tertentu yang telah peneliti tetapkan agar bisa dipelajari dan selanjutnya dapat menarik simpulan.<sup>6</sup> Objek pada penelitian ini adalah konsumen Munna Collection berjumlah 158 (diambil dari bulan Februari 2021 sampai Juni 2021, karena pada bulan tersebut merupakan bulan yang menuju bulan Ramadhan, dan produk yang di jual di Munna Collection merupakan pakaian muslim laki-laki, dikarenakan pada bulan-bulan tersebut banyak orang yang sedang mencari baju yang dipakai untuk merayakan lebaran).

#### 2. Sampel

Sampel merupakan kuantitas anggota dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi.<sup>7</sup> Ketentuan mengenai sampel yang diambil peneliti merujuk pada pendapat Suharsimi Arikunto menyatakan jika subyek penelitian kurang dari 100, baiknya semuanya diambil sehingga penelitiannya disebut penelitian populasi, namun apabila jumlah subyeknya besar maka dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.<sup>8</sup> Dari jumlah populasi sebanyak 158 konsumen, pada penelitian ini penulis mengambil sampel sebesar 25% yaitu berjumlah 40 konsumen.

---

<sup>5</sup> Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 91.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : ALFABETA, 2017), 80.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : ALFABETA, 2019), 127.

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), 134.

Adapun teknik pengambilan sampel di atas menggunakan *Simple Random Sampling*, yaitu anggota dari sampel diambil dari populasi yang dilakukannya dengan cara acak serta tidak memperhatikan pangkat didalam populasi tersebut.<sup>9</sup>

**D. Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Wawancara merupakan cara mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan pada suatu objek penelitian. Penulis dapat mengambil informasi sebanyak banyaknya mengenai masalah yang sedang di teliti. Hal yang di tanyakan oleh penulis meliputi sejarah perusahaan, struktur organisasi, data pengunjung setiap bulan maupun informasi lain yang dibutuhkan penulis.

2. Kuesioner

Keusioner merupakan metode pengumpulan data yang efektif bagi peneliti guna mencari tahu secara pasti mengenai variabel yang mau diukur dan mengerti harapan dari responden, tektik dalam pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden agar memberi jawaban supaya mendapatkan informasi dan data yang sesuai dengan penelitian.<sup>10</sup> Selanjutnya, diukur menggunakan skala *Likert*, skala ini dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang dalam menjawab pertanyaan yang berkaitan agar mendapat penunjuk dari variabel yang tengah diukur. Melalui skor di bawah ini:<sup>11</sup>

**Tabel 3.1**  
**Skala *Likert***

Tanggapan Responden	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan R&D*, 129.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 199.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan R&D*, 146.

**E. Tata Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yaitu apa saja yang meliputi nilai pada seseorang, atau aktivitas yang memiliki variasi yang ditentukan oleh peneliti dan memperoleh informasi selanjutnya dipelajari untuk menarik kesimpulan.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini variabel dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)  
 Variabel yang memengaruhi atau merupakan penyebab perubahannya yang timbul pada variabel terikat. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan islami (X1), promosi (X2) dan variasi produk (X3).
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)  
 Variabel yang mempengaruhi atau merupakan hasil dari variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y).

**F. Definisi Oprasional**

Adapun cara untuk menjelaskan variable dalam penelitian ini, maka dibutuhkan definisi oprasional seperti berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan Islami (X1)	Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan keinginan serta kebutuhan pelanggan untuk mengimbangi harapan pelanggan	a. Kepatuhan terhadap hukum islam ( <i>Compliance with Islamic Law</i> ) b. Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> ) c. Kehandalan ( <i>Reliability</i> ) d. Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	a. Dalam Islam diajarkan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas b. Memberikan kenyamanan pada ruangan,	<i>Like rt</i>

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 68.

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Skala
		secara tepat. <sup>13</sup>	e. Keyakinan/jaminan ( <i>Assurance</i> ) f. Empati ( <i>Emphaty</i> )	c. Handal dalam melakukan pelayanan yang diberikan d. Tanggap dalam merespon yang ditanyakan pelanggan e. Apa yng dibutuhkan pelanggan dapat terjamin f. Bersikap tulus dalam melayani pelanggan	
2	Promosi (X2)	Alat komunikasi untuk memberikan informasi pada konsumen hal tersebut dapat menjadikan penentu keberhasilan dari	a. Periklanan b. Promosi penjualan ( <i>Sales Prootion</i> ) c. Hubungan masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) d. Penjual perorangan ( <i>Personal Selling</i> )	a. Perusahaan melakukan promosi dalam jangka waktu konsumen di luar wilayah b. Memberi diskon, sampel produk,	<i>Like rt</i>

<sup>13</sup> Meithana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, 61.

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
		program pemasaran. <sup>14</sup>	e. Pemasaran langsung ( <i>Direct Marketing</i> )	c. Menjalin hubungan baik pada masyarakat dengan menjadi investor d. Wiraniaga (sales) sebagai penghubung dengan pelanggan e. Interaksi terhadap pelanggan yang terjalin melalui telepon	
3	Variasi Produk (X3)	Memberikan daya tarik terhadap konsumen dengan memberikan pilihan produk yang bervariasi. <sup>15</sup>	a. Lebar b. Kedalaman c. Keluasan d. Konsistensi	a. Ukuran yang beragam b. Jenis produk yang beragam c. Keragaman pada bahan produk d. Desain produk	<i>Likert</i>

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 387.

<sup>15</sup> Meilaty Finthariasari dkk, *Jurnal Ekombis Review, Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan*

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Skala
				yang beragam e. Ragam kualitas pada produk	
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	Rasa kesenangan serta kecewa yang didapatkan seseorang pada kinerja atau produk yang di terima dengan yang di harapkannya <sup>16</sup>	a. Keseuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesediaan merekomendasikan	a. Kepuasan pelanggan terjadi apabila suatu produk sesuai dengan harapan b. Pelanggan akan kembali berkunjung apabila produk sesuai keinginan c. Bersedia merekomendasikan produk kepada calon pelanggan	<i>Like rt</i>

*Konsumen*, Faculty of Economic and Business, Volume 8, No. 2, Juli 2020, 153.

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*, 123.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur benar dan tidaknya suatu angket. Angket yang dinyatakan valid, apabila kuesioner dalam pertanyaan tersebut mampu menunjukkan sesuatu yang dapat di ukur.

Pengukuran pada validitas dilakukan menggunakan tiga cara:

- a. Melakukan hubungan antara skor butir pertanyaan dengan skor variabel, dengan hipotesa:  $H_a$  dan  $H_o$ . Dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai hitung yang berhubungan dengan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel apabila nilai  $r$  hitung positif, dapat dikatakan sah.
- b. Menghitung hubungan antara skor tiap butir pertanyaan dengan keseluruhan skor.
- c. Uji analisis faktor yang digunakan untuk menguji validitas indikator  $q_1$  samapi  $q_n$ .<sup>17</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang berupa indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable, apabila hasil jawaban pada seseorang terhadap realitanya secara konsisten dari kurun waktu lama. Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan program SPSS dengan uji *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, jika memiliki nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Apabila kebalikannya jika Cronbach's Alpha ditemukan angka koefisiensi  $< 0,60$ , dapat dikkatakan tidak reliabel.<sup>18</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai dalam mencari tahu apakah pada populasi dari data berdistribusi secara normal atau tidak. Pada uji ini pada umumnya digunakan untuk mengukur data bersekala ordinal, interval atau rasio. Apabila analisis yang digunakan metode parametrik, persyaratan normalitasnya wajib terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam

---

<sup>17</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensi: Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 20-25.

<sup>18</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensial*, 15.

pembahasan ini digunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai *Kolmogrov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi  $> 0,05$ .<sup>19</sup>

Untuk melihat normalitas residual yaitu dengan cara melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal. Dengan menggunakan metode yang lebih reliabel, yaitu melihat normal probability plot dengan cara melihat grafik histogram atau normal plot yang menyimpulkan jika grafik histogram memberikan pola distribusi menceng (*Skewness*) ke kiri dan tidak normal. Selanjutnya pada grafik normal plot terlihat titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi terpenuhi pada asumsi normalitas. Sedangkan bila data tersebar agak jauh dari garis diagonal dan tidak menunjukkan pada distribusi normal, sehingga asumsi normalitas tidak terpenuhi.<sup>20</sup>

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mencari tahu ada dan tidaknya antara hubungan *linier* antar Variabel bebas pada model regresi. Adapun persyaratan yang wajib dipenuhi pada model regresi yaitu tidak terdapat multikolinearitas. Berikut ini adalah beberapa metode pengujian yang dapat digunakan, antara lain:

- a. Melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi,
- b. Membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ), dan
- c. Melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*.

Pada umumnya apabila VIF lebih besar dari 5, dapat dikatakan bahwa variabel tersebut memiliki multikolinearitas terhadap variabel bebas yang lain.<sup>21</sup>

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan dalam membuktikan pada model regresi terdapat perbedaan *variance* dari residual pada observasi pertama ke observasi yang lainnya. Jika *variance* dari residual pengamatan pertama ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, apabila

---

<sup>19</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: PT BUKU SERU, 2010), 71.

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 160-163.

<sup>21</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistika Data dengan SPSS*, 71.

berbeda disebut heteroskedastisitas. Pada model regresi yang baik yaitu terdapat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas ialah:

- a. Terdapat titik-titik yang terbentuk menjadi pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) hal tersebut dapat menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas.
  - b. Bila tidak terjadi pola secara jelas dan disertai titi-titik yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 di sumbu Y, dapat dikatakan heteroskedastisitas tidak terjadi.<sup>22</sup>
4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Apabila terjadi korelasi maka akan terdapat masalah autokorelasi. Dalam pengamatan yang baik tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan Durbin-Watson dengan ketentuan berikut:

- a. Jika  $d$  lebih kecil dari  $dl$  atau lebih besar ( $4-dl$ ), maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika  $d$  terletak diantara  $du$  dan  $(4-du)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika  $d$  terletak antara  $dl$  dan  $du$  atau diantara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , maka tidak ada kesimpulan yang pasti.<sup>23</sup>

## I. Analisis Data

1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji  $t$ )

Uji  $t$  memiliki tujuan untuk mencari tahu secara parsial variabel bebas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Ketentuan yang diambil berdasarkan signifikan, jika  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, dan signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Apabila signifikan uji  $t$  kurang dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak.<sup>24</sup>

2. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji  $F$ )

Uji  $F$  ditujukan supaya faham dengan bebarengan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap

---

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

<sup>23</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 87.

<sup>24</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Cv. Andi Offset), 139-142.

variabel dependen. Pengujian menggunakan taraf signifikan 0,05. Keputusan yang diambil berdasarkan signifikansi, jika  $< 0,05$  sehinggalah  $H_0$  ditolak, dan apabila signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Apabila signifikansi uji F kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak.<sup>25</sup>

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda dalam penelitian ini peneliti mempunyai tujuan untuk mengamati keadaan yang (naik turunnya) variabel dependen diwaktu dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Maka analisis regresi ganda dapat digunakan apabila jumlah variabel independen minimal 2.

Pada penelitian ini, mempunyai jumlah variabel independen 3, sehingga bentuk persamaan regresi prediktor:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan islami

$b_2$  = Koefisien regresi variabel promosi

$b_3$  = Koefisien regresi variabel variasi produk

$X_1$  = Kualitas pelayanan islami

$X_2$  = Promosi

$X_3$  = Variasi produk

e = *Error* atau pengganggu<sup>26</sup>

### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dipakai supaya dapat mencari tahu persentase kontribusi setengah pada variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Koefisien ini ditunjukkan untuk mengetahui besarnya persentase variasi pada variabel independen yang digunakan sanggup untuk memberi penjelasan variabel dependen  $R^2$  sama dengan 0, sehingga tidak ada sedikitpun persentase kontribusi pada pengaruh yang diberikan pada variabel bebas terhadap variabel terikat (variabel independen tidak menjelaskan terhadap variabel dependen).

<sup>25</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 137-138.

<sup>26</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensial*, 109.

Sedangkan, jika  $R^2$  adalah 1, maka persentase kontribusi pada pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna, (variabel independen menjelaskan 100% variabel dependen).<sup>27</sup>



---

<sup>27</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistika Data dengan SPSS*, 66.