

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan ini terkadang disebut sebagai metode klasik karena sudah ada sejak lama. Berasal dari filsafat positivis, penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji suatu hipotesis dengan cara meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, dan menganalisis hasilnya secara kuantitatif dan statistik (Sugiyono, 2015:99)

Analisis linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk memperkirakan hasil variabel respons dengan menggunakan sejumlah variabel penjelas. Hubungan linier antara variabel respon (terikat) dan variabel penjelas (independen) ditampilkan dengan menggunakan regresi linier berganda.

Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi adalah variabel independen (X). Untuk memeriksanya, metode analisis linear berganda digunakan. Berdasarkan hipotesis ini, kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel bebas (X) yang meliputi kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3). Pengujian dan analisis tersedia untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehubungan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi digunakan sebagai variabel independen (X). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan konsumen.

Mengenai sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Suraji dilakukan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Toko Suraji saat ini merupakan salah satu tempat dengan pelanggan yang tidak ramai dikunjungi.
- b. Jumlah konsumen yang mungkin digunakan sebagai responden penelitian
- c. Kualitas pelayanan yang kurang memuaskan dan lokasi toko Suaji adalah masalah yang perlu diteliti.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Data primer merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Seperti yang diungkapkan oleh (Hendryadi, 2015:171) Data primer adalah informasi yang dikumpulkan dan dianalisis secara terpisah dari topiknya oleh perusahaan atau individu. Tujuan pengumpulan dan pemrosesan data ini adalah untuk mengatasi masalah penelitian tertentu. Tanggapan konsumen di toko Suraji mengenai lokasi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dijadikan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini.

3.3.2. Sumber Data

Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini bersumber baik dari dalam maupun luar perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini. Contoh data eksternal termasuk tingkat daya beli masyarakat, perubahan harga, konsumsi, sikap konsumen, kepuasan konsumen, preferensi merek, dan lainnya (Hendryadi, 2015:171).

3.4. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang atau hal yang peneliti pilih untuk diselidiki guna menarik generalisasi sebelum menarik kesimpulan (Sugiyono, 2020:145). Konsumen yang pernah berbelanja di toko Suraji adalah subjek penelitian ini. Karena populasi yang besar dan data yang terbatas, menghitung jumlah populasi sulit.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel populasi terdiri dari beberapa anggota dan atributnya. Penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari suatu populasi untuk menyelidiki sebagian dari populasi tersebut jika populasinya besar dan tidak mungkin mempelajari setiap komponennya karena kurangnya sumber daya, staf, atau waktu (Sugiyono, 2020:146). Dalam penelitian ini, konsumen yang telah melakukan pembelian di Toko Suraji digunakan sebagai sample.

Dalam penelitian ini, sampel *non probability sampling* digunakan. Ini berarti bahwa tidak semua elemen populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2020:151). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. Hal ini menyiratkan bahwa setiap individu

yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dimasukkan ke dalam populasi sampel jika pertemuan kebetulan tersebut dianggap dapat berfungsi sebagai sumber data yang dapat diandalkan (Sugiyono, 2019:153).

Adapun kriteria-kriteria yang di jadikan sampel dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Responden adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko Suraji.
2. Responden berdomisili di kota Lumajang.
3. Memilih responden yang dapat diajak untuk bekerja sama dan tanpa paksaan.

Teknik yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel diciptakan oleh Roscoe dan diterbitkan dalam buku *Research Methods for Business* (1982:253), seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2020:133) sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Sampel dalam penelitian ini berkaitan dengan jumlah variabel, yaitu tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, berdasarkan pendapat di atas. Oleh karena itu, ada empat faktor dalam penelitian ini. Jumlah sampel sebanyak 80 karena terdapat 4 (empat) variabel dan 20 responden.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah atribut, kualitas, atau prinsip moral dari suatu individu, benda, lembaga, atau aktivitas yang dipilih peneliti untuk diselidiki dan selanjutnya diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2015:99). Dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen.

a. Variabel Independen

Variabel ini mempunyai pengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen. Variabel independen akan menjelaskan cara penyelesaian tantangan penelitian. Juga dikenal sebagai variabel bebas, eksogen, atau prediktor (Paramita et al., 2021:37).

Variabel ini disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, atau *antecedent*. Dan juga disebut sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menjadi sebab atau berubahnya suatu variabel lain. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), lokasi (X_3).

b. Variabel Dependen

Ada nama lain untuk variabel terikat, seperti konsekuensi, endogen, atau dependen. Ini adalah variabel yang menghabiskan sebagian besar waktu peneliti atau menjadi fokus utama penyelidikan. Hakekat sebuah masalah dan tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang digunakan (Paramita et al., 2021:37).

Variabel terikat disebut dengan variabel keluaran, kriteria, dan variabel konsekuen. sering disebut dalam bahasa Indonesia sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau ditimbulkan oleh variabel bebas. Untuk penelitian ini kepuasan konsumen (Y) merupakan variabel dependen yang baik.

3.5.2. Definisi konseptual

Penjelasan berikut berlaku untuk definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Kualitas Produk

Menurut Daga (2017:33) Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi yang diinginkan seperti tahan lama, akurat, mudah diperbaiki, dan memiliki kualitas lain yang diinginkan disebut sebagai kualitasnya.

b. Kualitas Pelayanan

Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kemampuan suatu bisnis dalam memenuhi permintaan konsumen atas barang atau jasanya, yang ditentukan oleh kualitas pelayanan tersebut.

c. Lokasi

Lokasi adalah area di mana suatu bisnis beroperasi dan melakukan operasi yang dimaksudkan untuk menciptakan barang dan jasa, atau tempat konsumen dapat berkunjung untuk membeli barang dan jasa tersebut.

d. Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan seseorang berasal dari perbandingan antara apa yang mereka harapkan dan apa yang mereka terima. Tingkat kesenangan atau kepuasan yang tinggi menciptakan hubungan emosional dengan merek atau bisnis yang dipermasalahkan.

3.5.3. Definisi Operasional

Variabel independen dan dependen dalam penelitian ini meliputi lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, dengan kebahagiaan konsumen sebagai variabel independen.

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut Daga (2017:33) Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi yang diinginkan seperti tahan lama, akurat, mudah diperbaiki, dan memiliki kualitas lain yang diinginkan disebut sebagai kualitasnya. Menurut Tjiptono & Diana (2019) Indikator kualitas produk sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*Performance*) adalah fitur dari operasi fundamental yang diperoleh.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu kualitas pelengkap unik yang meningkatkan penggunaan. Ciri-ciri sekunder atau pelengkap adalah sifat atau atribut tambahan.

- 3) Kemungkinan suatu produk gagal dalam jangka waktu yang ditentukan dikenal sebagai Keandalan (*Reliability*). Keandalan didefinisikan sebagai kemungkinan minimal terjadinya malfungsi atau kerusakan.
- 4) Lamanya suatu produk dapat digunakan sebelum perlu diganti disebut dengan daya tahannya (*Durability*). Berapa lama suatu produk dapat digunakan merupakan ukuran keawetannya. Kehidupan teknis dan finansial pengguna produk termasuk dalam dimensi ini.

Didasarkan pada indikator kualitas produk, koefisien dapat dibuat yang sesuai dengan skala pengukuran sebagai berikut.

- 1) Toko Suraji selalu menawarkan produk dengan kualitas unggul.
- 2) Keistimewaan produk yang dimiliki toko Suraji mempunyai kualitas yang beragam.
- 3) Produk di toko Suraji minim kerusakan baik dari kemasan maupun isi.
- 4) Toko Suraji memiliki produk dengan tanggal kadaluwarsa yang cukup lama.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Memeriksa kualitas pelayanan adalah salah satu metode utama untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jika sebuah bisnis dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan menawarkan produk atau layanan, hal itu mungkin dianggap baik. Meningkatkan kebahagiaan konsumen dapat sangat dipengaruhi oleh penyediaan produk dan pelayanan berkualitas tinggi. Kepuasan konsumen merupakan salah satu cara untuk mendefinisikan kualitas pelayanan. Hal ini diketahui dengan membandingkan satu jenis pelayanan dengan pelayanan lain yang sebanding.

Menurut Tjiptono (2011:437) dalam (Indrasari, 2019:8), ada lima indikator kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- 3) Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan yang tepat tentang produk, kesopansantunan karyawan dalam memberikan layanan, kemampuan untuk memberikan informasi, dan kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.
- 4) Perhatian (*attention*) yaitu kemudahan untuk menjalin hubungan, berkomunikasi dengan baik, memberikan perhatian khusus, dan memahami kebutuhan konsumen.
- 5) Bukti langsung (*tangible*) yaitu bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, seperti fasilitas fisik, peralatan karyawan, dan fasilitas komunikasi.

Kuesioner yang mencakup item-item berikut dapat dibuat sesuai dengan skala pengukuran berdasarkan indikator kualitas layanan:

- 1) Karyawan toko Suraji selalu memberikan informasi produk yang jelas dan runtut kepada saya.
- 2) Karyawan toko Suraji cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen.

- 3) Toko Suraji memberikan jaminan terhadap kerusakan pada produk yang sudah dibeli.
- 4) Karyawan toko Suraji memberikan perhatian individual kepada para konsumennya.
- 5) Karyawan toko Suraji memberikan pelayanan kepada konsumen dengan ramah, sopan, santun dan profesional.

c. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat di mana bisnis atau perusahaan menjalankan operasinya dan menghasilkan barang, jasa, atau berfungsi sebagai tujuan konsumen berbelanja. Untuk memahami tatanan spasial suatu kegiatan ekonomi, diperlukan ilmu seleksi dan lokasi. Keberhasilan bisnis sangat bergantung pada pemilihan lokasi bisnis yang strategis dan tepat. Indikator lokasi menurut menurut Tjiptono (2016:15), sebagai berikut:

- 1) Aksesibilitas. Transportasi umum memudahkan untuk mencapai lokasi ini.
- 2) Melihat atau Dilihat. lokasi yang mungkin dilihat oleh rata-rata orang dari pinggir jalan.
- 3) Tempat Parkir. Tempat yang luas dan aman untuk mobil roda dua dan empat.
- 4) Ekspansi. Ada banyak ruang bagi organisasi untuk berkembang.

Didasarkan pada indikator lokasi, koesioner dapat dibuat yang sesuai dengan skala pengukuran, termasuk yang berikut:

- 1) Saya tertarik berbelanja di toko Suraji di Kecamatan Sukodono karena lokasi yang mudah di akses.

- 2) Lokasi toko Suraji dapat dilihat dengan jelas di jalan raya.
- 3) Toko Suraji memiliki tempat parkir yang aman.
- 4) Saya tertarik berbelanja di toko Suraji di Kecamatan Sukodono karena lokasi yang luas apabila mengalami perkembangan usaha.

d. Kepuasan konsumen (Y)

Pendapat konsumen terhadap suatu produk setelah penggunaannya dikenal sebagai kepuasan konsumen. Mempertahankan dan meningkatkan kebahagiaan konsumen sangat penting dari sudut pandang manajemen. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono & Diana (2015:43-44) sebagai berikut:

1) Niat Beli Ulang

Konsumen yang puas lebih cenderung membeli barang atau jasa yang sama lagi dan di lokasi yang sama.

2) Loyalitas Konsumen

Konsumen tidak akan mudah dibujuk oleh pesaing jika mereka puas.

3) Perilaku Komplain

Pelanggan yang sudah puas lebih sedikit kemungkinan untuk mengeluh.

4) Gethok Tular Positif

Kepuasan pelanggan meningkatkan kemungkinan mereka akan merekomendasikan bisnis atau produk kepada orang lain.

Kuesioner dapat dikembangkan dengan menggunakan skala penilaian sebagai berikut dan berdasarkan indikator kepuasan konsumen:

- 1) Saya membeli produk di toko Suraji secara berulang.

- 2) Saya tidak akan beralih kepada toko lain selain toko Suraji.
- 3) Saya akan memberikan komplain kepada pihak toko Suraji jika harga yang ditawarkan lebih tinggi dari toko lain.
- 4) Konsumen menyarankan kerabat untuk membeli produk di toko Suraji karena kualitas produk yang memuaskan.

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:172) Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena sosial dan lingkungan yang menarik. Fenomena ini secara khusus dikenal sebagai variabel penelitian.

Variabel-variabel peneliti, khususnya variabel bebas (X), yang memuat hal-hal sebagai berikut, termasuk dalam instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas Pelayanan
- 3) Lokasi

Variabel Dependen (Y) yaitu :

- 1) Kepuasan Konsumen

Berikut instrumen dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dan disusun berdasarkan indikator variabel.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1.	Kualitas Produk (X1)	Kinerja (<i>performance</i>)	Persepsi konsumen pada toko Suraji menjadi dasar pembelian secara berulang.	Ordinal	Tjiptono & Diana (2019:136)
		Keistimewaan Tambahan (<i>features</i>)	Keistimewaan produk yang dimiliki toko Suraji mempunyai kualitas yang beragam.		
		Kehandalan (<i>reability</i>)	Produk di toko Suraji minim kerusakan baik dari kemasan maupun isi.		
		Daya Tahan (<i>durability</i>)	Toko Suraji memiliki produk dengan tanggal kadaluwarsa yang cukup lama.		
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	Kehandalan (<i>reability</i>)	Karyawan toko Suraji memiliki kehandalan dalam memberikan informasi produk kepada konsumen dengan runtut dan jelas.	Ordinal	Tjiptono dalam Indrasari (2019:8)

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	Karyawan toko Suraji cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen.		
		Jaminan (<i>assurance</i>)	Toko Suraji memberikan jaminan terhadap kerusakan pada produk yang sudah dibeli.		
		Perhatian (<i>attention</i>)	Karyawan toko Suraji memberikan perhatian individual kepada para konsumennya.		
		Bukti Langsung (<i>tangible</i>)	Konsumen toko Suraji merasakan pelayanan dari karyawan dengan ramah, sopan, santun dan profesional.		
3.	Lokasi (X3)	Akses	Saya tertarik berbelanja di toko Suraji di Kecamatan Sukodono karena lokasi yang mudah di akses.	Ordinal	Tjiptono (2016:15)
		Visibilitas	Lokasi toko		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			Suraji dapat dilihat dengan jelas di jalan raya.		
		Tempat Parkir	Toko Suraji memiliki tempat parkir yang aman.		
		Ekspansi	Saya tertarik berbelanja di toko Suraji di Kecamatan Sukodono karena lokasi yang luas apabila mengalami perkembangan usaha.		
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	Niat Beli Ulang	Saya membeli produk di toko Suraji secara berulang.	Ordinal	Tjiptono & Diana (2015:43-44)
		Loyalitas Konsumen	Saya tidak akan beralih kepada toko lain selain toko Suraji.		
		Perilaku Komplain	Saya akan memberikan komplain kepada pihak toko Suraji jika harga yang ditawarkan lebih tinggi dari toko lain.		
		Gethok Tular Positif	Konsumen menyarankan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			kerabat untuk membeli produk di toko Suraji karena kualitas produk yang memuaskan.		

Sumber: Penelitian Terdahulu

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1. Wawancara

Ketika melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut, serta ketika jumlah responden sedikit dan peneliti ingin memperoleh informasi lebih rinci, wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data. Wawancara dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon.

3.7.2. Observasi

Menurut Sugiyono (2020:233) “Jika dibandingkan dengan metode lain, observasi sebagai salah satu metodologi pengumpulan data mempunyai keunggulan tertentu. Selain subjek manusia, objek alam lainnya juga dapat diamati secara langsung melalui penggunaan alat indera seperti pendengaran dan penglihatan pada objek penelitian”.

Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung responden di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya pada konsumen toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

3.7.3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020:229) “Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana partisipan diberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dilengkapi”. Angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak. konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko Suraji Kecamatan Sukodono Lumajang secara langsung diberikan kuesioner untuk diisi guna dijadikan sampel untuk penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2020:165) “Skala Likert adalah alat yang digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap isu-isu sosial”. Skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti. Bentuk dari skala likert adalah sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Netral (N) diberi skor 3
4. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian kuantitatif semacam ini. Sebagai bagian dari metodologi analisis yang digunakan dalam penelitian ini, peserta diminta merumuskan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono,2015).

Analisis data dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Cari tahu semua yang perlu Anda ketahui tentang variabel independen dan dependen yang digunakan dalam penelitian. Memberikan kuesioner kepada responden.
- 2) Menghitung dan mengatur data menurut variabel penelitian termasuk lokasi, kualitas layanan, dan kualitas produk.
- 3) Melakukan analisis data dan menggunakan pengujian instrumen dan pengujian hipotesis untuk menjelaskan temuan.
- 4) Menjelaskan temuan penelitian yang menguatkan atau menyangkal hipotesis sebelumnya.
- 5) Terakhir, modifikasi hipotesis berdasarkan temuan penelitian.

3.8.1. Pengujian Instrumen

Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis. Hal ini bertujuan agar data akurat dan dapat dipercaya, serta kuesioner memenuhi praduga.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas atau kebenaran mengungkapkan seberapa baik suatu alat pengukuran (instrumen) dapat menangkap semua informasi yang ingin ditangkapnya. Untuk memastikan instrumen tersebut valid atau tidak, angket yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan untuk tujuan pengujian (Siregar, 2015:75)

Berdasarkan penjelasan Sugiyono, (2015:430) “Temuan bahwa data yang dikumpulkan dan data yang sebenarnya terjadi dengan objek yang diteliti adalah serupa, yang disebut validitas”. Alat ukur yang digunakan untuk menguji validitas dengan teknik *korelasi product moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor pernyataan

y = Jumlah skor pernyataan

Menurut Sugiyono (2018:178) Proses analisis faktor melibatkan perbandingan skor setiap elemen dengan nilai keseluruhan. Suatu faktor dikatakan kuat jika seluruh komponennya berkorelasi positif dan mempunyai skor total minimal 0,3. Namun demikian, dalam penyelidikan ini, sebuah item dianggap tidak valid untuk digunakan dengan alat ini jika korelasi antara skor item dan skor keseluruhan kurang dari 0,3.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menggunakan kuesioner sebagai pengukur variabel. Pengujian reliabilitas mengacu pada derajat kestabilan hasil atau data dan konsistensi data. Data dianggap reliabel apabila konsisten dan dapat memberikan keakuratan. Instrumen dikatakan reliabel jika telah dicoba berkali-kali, memberikan data yang sama, dan tidak ada perubahan antara psikologis dan konsumen. Banyak metode pengujian reliabilitas yang menggunakan metode penelitian *Cronboach's Alpha* karena mampu dalam menguji secara koefisien dan reliabel (Sugiarto, 2017:208).

Pengujian reliabilitas data penelitian dengan menghitung ukuran *Cronboach's Alpha*. Penelitian dianggap reliabel jika *Cronboach's Alpha* minimal 0,8. Namun ada pendapat lain yang menyatakan bahwa *Cronboach's Alpha* minimal 0,6 sudah cukup untuk menyimpulkan data penelitian dengan pasti atau reliabel (Algifari, 2015:96). Kriteria *Cronboach's Alpha* dibedakan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

Interval <i>Alpha Cronbach's</i>	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang reliabel
0,201 – 0,40	Agak reliabel
0,401 – 0,60	Cukup reliabel
0,601 – 0,80	Reliabel
0,801 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber Data : Nugroho dalam (Kusuma, 2021)

3.8.2. Statistik Deskriptif

Dalam analisis data, statistik deskriptif adalah jenis statistik yang menggambarkan data yang dikumpulkan tanpa berusaha menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas. Tampilan data menggunakan grafik, diagram lingkaran, diagram, dan piktogram; perhitungan modus, median, dan mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil dan persentil; perhitungan sebaran data menggunakan rata-rata dan standar deviasi, dan penghitungan persentase adalah beberapa contoh penerapan statistik deskriptif. Dalam statistik deskriptif, analisis korelasi dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel, analisis regresi dapat digunakan untuk menghasilkan prediksi, dan perbandingan dapat dilakukan dengan membandingkan rata-rata atau lebih tanpa persyaratan untuk menilai signifikansi (Sugiyono, 2020:199-200).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini digunakan beberapa uji asumsi tradisional antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Berdasarkan penjelasan Riyanto & Hatmawan (2020:137), “Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel residu atau perancu dalam model regresi berdistribusi normal. Uji kurtosis statistik *non-parametrik Kolmogorov Smirnov* (K-S) dapat digunakan untuk memastikan apakah residu berdistribusi normal. Uji normalitas dan analisis grafik dapat digunakan untuk mencapai hal ini. Berikut ini adalah persyaratan untuk tes ini:

- 1) H_0 : nilai sig $> 0,05$ maka data residual terdistribusi normal.
- 2) H_a : nilai sig $< 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan penjelasan Riyanto & Hatmawan (2020:139) “Uji multikolinieritas merupakan korelasi tinggi yang terjadi antara satu variabel bebas dengan 56 variabel bebas lainnya”. Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk memastikan apakah variabel-variabel independen dalam model regresi linier berganda mempunyai korelasi yang tinggi satu sama lain. Gangguan pada variabel independen dan dependen akan diakibatkan oleh adanya korelasi yang signifikan antar variabel independen (Kurniawan, 2014:157).

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:139) Pada suatu model, dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinieritas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10. Nilai VIF yang lebih tinggi sebanding dengan nilai toleransi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2018:134) Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah residu suatu pengamatan dalam suatu model regresi mempunyai varian yang berbeda dengan residu pengamatan lainnya. Disebut homoskedastisitas jika varian residu setiap pengamatan tetap, dan heteroskedastisitas jika berbeda. Model regresi homoskedastis atau non-heteroskedastis dapat bekerja dengan baik. Karena data cross-sectional mengumpulkan data dengan berbagai ukuran (kecil,

sedang, besar), sebagian besar data tersebut menampilkan keadaan heteroskedastisitas. Berikut ini yang menjadi landasan analisis:

- 1) Pola tertentu, seperti gelombang, melebar, dan menyempit dari titik yang ada, menunjukkan heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, heteroskedastisitas tidak terjadi.

3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut penjelasan Riyanto & Hatmawan (2020:140) “Persamaan regresi linier berganda terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas”. Secara umum, persamaan regresi linier dirumuskan sebagai berikut:

$$KK = \alpha + \beta_1. KP + \beta_2. KPL + \beta_3. L + \varepsilon$$

Keterangan:

KK = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

KP = Kualitas Produk

KPL = Kualitas Pelayanan

L = Lokasi

β = Koefisien regresi variabel independen

ε = error term (yang tidak terungkap = 5%)

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap variabel dependen kepuasan

konsumen di toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

3.8.5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan setelah pengujian regresi linier berganda. Mengidentifikasi pengaruh tambahan adalah tujuan dari pengujian hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor independen, kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

a. Uji t (uji parsial)

Menurut penjelasan Riyanto & Hatmawan (2020:141) “uji t ini juga bisa disebut dengan uji parsial, pengujian ini bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen”. Dalam penelitian ini, Pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) diukur melalui uji parsial (uji t).

Beberapa langkah dalam menguji secara parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

H_a : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

b) Hipotesis Kedua

H_o : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

H_o : Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

H_a : Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang.

2) Kriteria Pengujian :

a) Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) maka H_o diterima sedangkan H_a ditolak.

b) Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%) maka H_o diterima sedangkan H_a ditolak.

3) Hitung nilai t_{tabel} dengan rumus $df = N-2$

4) Buat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:141) Sejauh mana perubahan variabel dependen dapat dijelaskan oleh model ditunjukkan dengan analisis koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai dengan 1. Angka koefisien determinasi (R^2) yang rendah menunjukkan bahwa sedikitnya

informasi mengenai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang tinggi dan mendekati 1 menunjukkan bahwa secara praktis semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel dependen disediakan oleh variabel independen.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan variabel terikat (Y) yang merupakan hasil kerja variabel bebas (X). Dalam regresi linier berganda, koefisien determinasi diidentifikasi, terutama jika digunakan nilai R square. Se jauh mana berbagai variabel independen (X), seperti kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) berkontribusi terhadap naik turunnya variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen, selanjutnya akan diukur dengan koefisien determinasi (R^2). Persentase (%) Suraji di Kecamatan Sukodono Lumajang pada dasarnya diberikan.

