

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada studi ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mangacu pada pandangan filsafat *positivisme*. yang memandang bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklasifikasikan, bersifat relatif tetap, kongkret, teramatik, terukur, serta memiliki hubungan gejala bersifat sebab akibat (Paramita & Rizal, 2018).

Berdasarkan deskripsi penelitian, pada penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan wawancara kepada pemilik Woko Barbier di Lumajang dan dari pelanggan melalui kuesioer. Sementara itu pendekatan kuantitatif menggunakan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengetahui variabel-variabel penelitian berhubungan satu sama lain.

3.2 Objek Penelitian

Studi ini melibatkan 1 variabel dependen dan 3 variabel independen. dengan variabel independent (X) gaya hidup, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik dan variabel dependen (Y) kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam konteks penelitian ini yaitu individu yang menggunakan jasa pemangkasan rambutnya pada Woko Barbier Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Paramita et al., (2021 : 72) mendefinisikan data primer merupakan data yang

diperoleh melalui survei lapangan dengan melakukan berbagai metode pengumpulan data yang *original*. Sementara itu data sekunder merujuk pada data yang sudah dikumpulkan oleh suatu lembaga pengumpul data dan telah di publikasikan untuk digunakan oleh kepada masyarakat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer. Dimana peneliti memperoleh data dari kuisisioner yang di isi responden, yaitu pelanggan yang telah menggunakan jasa di Woko Barbier Lumajang. Kuisisioner ini berisi terkait kepuasan pelanggan melalui gaya hidup, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik pada woko barbier

3.3.2 Sumber Data

Menurut Paramita (2021 : 72) sumber data terdiri sumber data internal dan eksternal. Sumber data internal adalah data yang berasal dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan sumber data eksternal adalah sumber data yang berasal dari perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data eksternal. Dimana sumber data eksternal ini mencakup info mengenai gaya hidup, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik juga berupa gambaran umum tentang Woko Barbier dan data yang diperoleh dari pelanggan. Dan untuk data eksternal tersebut berupa informasi yang diperoleh diluar dari perusahaan atau organisasi tersebut.

3. 4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2020) mengungkapkan bahwa Populasi adalah area umum yang mencakup apa pun yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan dengan kualitas dan karakteristik tertentu. Dengan merujuk pada pendapat tersebut, populasi pelanggan yang berkunjung pada Woko Barbier di Lumajang.

Yang jumlahnya tidak dapat dihitung.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sugiyono (2020:127), sampel termasuk dalam populasi. yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang akan diteliti. Ukuran sampel merujuk pada jumlah sampel yang dipilih dalam penelitian untuk mencapai hasil yang representatif. Sampel yang digunakan pada studi merupakan pelanggan Woko Barbier Lumajang.

Studi ini menggunakan pengambilan sampel *non-probability*, yang berarti setiap anggota masyarakat memiliki kesempatan yang berbeda untuk memilih. Sugiyono (2015:84). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *sampling purposive*, dimana sampel dipilih secara selektif sesuai dengan tujuan studi.

Teknik *purposive sampling* dipilih dalam penelitian ini karena hanya sampel yang memenuhi standar khusus yang berkaitan dengan temuan yang akan diambil. Sugiyono (2017:95), *purposive sampling* merupakan teknik yang tepat untuk penelitian kuantitatif yang tidak berfokus pada generalisasi, yang menjadi alasan pemilihannya dalam penelitian ini. Kriteria pelanggan yang datang kembali menentukan sampel yang akan digunakan di Woko Barbier Lumajang. Berikut kriteria dari responden yang dipakai sebagai sumber data pada penelitian ini.:

- a. Laki-laki
- b. Pelanggan yang berusia ≥ 15 tahun keatas
- c. Pelanggan yang mengunjungi setidaknya ≥ 2 kali .
- d. Memiliki pendapatan atau sudah berkerja.

Model yang diusulkan oleh Roscoe dalam bukunya menjadi dasar untuk

pengukuran sampel studi *Research Methods For Business* (1982:253), seperti yang tercantum dalam (Sugiyono, 2015) peneliti gunakan dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

- a. Penelitian menyarankan ukuran sampel dalam penelitian antara 30 sampai dengan 50.
- b. Jumlah anggota sampel harus sekurang-kurangnya 30 jika sampel didistribusikan kelompok, pria wanita, pegawai negeri/swasta dan lain-lain.
- c. Jumlah sampel harus setidaknya sepuluh kali lipat. Apabila analisis multivariat, seperti regresi berganda atau korelasi, digunakan oleh karena itu, untuk 4 variabel, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 40 (10×4).
- d. Studi eksperimen melibatkan kelompok eksperimen dan control memerlukan jumlah sampel antara 10 hingga 20 orang disetiap kelompok.

Berdasarkan pernyataan tersebut analisis dalam penelitian ini merujuk pada total variabel. Peneliti mengambil sampel sejumlah tiga variabel bebas dan satu variabel terikat $10 \times 4 = 40$ responden. Sehingga pada penelitian ini, peneliti mengambil 40 orang responden sebagai sampel penelitian pada Woko Barbier di Lumajang.

3. 5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3. 5.1 Variabel Penelitian

Menurut Paramita et al., (2021:36) Variabel penelitian adalah objek penelitian atau segala sesuatu dalam bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan. Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a. Variabel Dependen

Paramita et al., (2021 : 37) menyatakan bahwa variabel dependen merupakan permasalahan yang akan dipecahkan oleh peneliti atau tujuan dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini variabel dependen yang ditetapkan oleh peneliti adalah kepuasan pelanggan(Y).

b. Variabel Independen

Menurut Paramita et al., (2021:37) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik berpengaruh negatif atau pengaruh positif, variabel ini juga dikenal sebagai variabel prediktor, eksogen, atau bebas. Dalam penelitian ini yang peneliti menetapkan variabel independen adalah sebagai berikut :

- 1) Gaya Hidup (X_1)
- 2) Kualitas Pelayanan (X_2)
- 3) Lingkungan Fisik (X_3)

3. 5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual yaitu penjelasan konseptual terkait makna setiap variabel berdasarkan definisi teori yang diberikan oleh para ahli (Paramita et al., 2021). Sejumlah teori yang melandasi konsep keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan berdasarkan berbagai referensi yang memiliki keterkaitan dengan ketiga variabel tersebut.

a. Gaya Hidup (*Lifestyle*) (X_1)

Lifestyle adalah *frame of reference* yang digunakan seseorang dalam bertindak laku, dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu.

Terutama, bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk pola perilaku tertentu. (Anas et al., 2020) dalam (Iana et al., 2023) .

b. Kualitas Pelayanan(X_2)

Hidayat dan Sulistyani, (2021) “mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen”.

c. Lingkungan Fisik (*Servicescape*) (X_3)

Servicescape merujuk pada gaya dan penampilan lingkungan fisik yang mencakup berbagai elemen lain dari lingkungan jasa, sehingga menciptakan pengalaman bagi konsumen. Menurut (Rizqa et al., 2020) dalam (Suryani Putri et al., 2023)

d. Kepuasan Pelanggan(Y)

Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang dan jasa apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang didapat. (Kasmir, 2017:236) dalam Darmawan (2019). Apabila kepuasan yang diharapkan pelanggan tinggi sementara pelayanan yang dilakukan perusahaan tidak memenuhi harapan maka kepuasan tidak akan tercapai bahkan cenderung menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan, dengan sendirinya pelanggan akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya.

3. 5.3 Definisi Operasional

Konsep data yang akan diteliti secara empiris perlu diubah menjadi suatu bentuk operasional melalui transformasi variabel yang memiliki nilai. Definisi operasional dari penelitian ini antara lain:

a. Gaya Hidup (*Lifestyle*) (X_1)

Lifestyle adalah *frame of reference* yang digunakan seseorang dalam bertindak laku, dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu. Terutama, bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk pola perilaku tertentu. Menurut (Anas et al., 2020) dalam (Iana et al., 2023). Terdapat tiga indikator untuk mengukur *lifestyle*, yaitu :

1) Kegiatan (*Activity*)

Yaitu mengungkapkan apa yang dilakukan oleh konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, dan aktivitas apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luangnya. dilakukan untuk mengisi waktu luangnya.

2) Minat (*Interest*)

yaitu menunjukan minat, kesukaan, hobi dan prioritas dalam kehidupan konsumen tersebut .

3) Opini (*opinion*)

yaitu berkaitan dengan pendapat dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi, dan sosial.

Berdasarkan indikator gaya hidup, maka pernyataan-pernyataan berikut ini dimasukkan ke dalam kuesioner:

- a. Woko Barbier membantu saya menata penampilan dan merawat penampilan rambut secara baik dan rapi dalam kegiatan sehari-hari seperti berkerja ataupun sekolah.
- b. Woko Barbier lebih menarik untuk dikunjungi daripada pangkas rambut lainya.
- c. Woko Barbier mempunyai daya tarik tersendiri dibanding pangkas rambut lainya.

b. Kualitas Pelayanan(X₂)

Hidayat dan Sulistyani, (2021) “mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen”. Lima aspek penting dari kualitas pelayanan direpresentasikan melalui indikator-indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2009) dalam (Prihandoyo, 2019), dimensi tersebut meliputi:

1) *Tangibles* (bukti fisik)

yaitu tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2) *Reliability* (keandalan)

yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan

pelayanan dengan tanggap,yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

4) *Assurance* (jaminan)

jaminan mencakup pengetahuan,kompetensi,kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf,bebas dari bahaya,resiko atau keraguan.yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

5) *Empathy* (empati)

perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi,komunikasi yang baik,perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan

Berdasarkan indikator kualitas pelayanan, maka pernyataan-pernyataan berikut ini dimasukkan ke dalam kuesioner:

- a. Ada berbagai peralatan di Woko Barbier Lumajang seperti gunting rambut, mesin pencukur rambut, semprotan air, hairdryer dan lain sebagainya dan didukung dengan para barber yang ramah dan berpengalaman.
- b. Pelayanan pada Woko Barbier Lumajang melayani sesuai dengan keinginan pelanggan dan juga dapat diandalkan.
- c. Woko Barbier Lumajang memberikan pelayanan yang responsive dan tepat kepada pelanggan jika sedang membutuhkan bantuan.
- d. Barber pada Woko Barbier Lumajang sopan dan santun saat melayani pelanggan

- e. Barber pada Woko Barbier Lumajang memberikan perhatian serta memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

c. Lingkungan Fisik (*Servicescape*) (X₃)

Servicescape mengacu pada gaya dan penampilan dari lingkungan fisik yang mencakup elemen lain dari lingkungan jasa, sehingga terbentuk pengalaman dari konsumen. Menurut (Rizqa et al., 2020) dalam (Suryani Putri et al., 2023). Ada 5 indikator yaitu :

1) kondisi lingkungan (*ambient conition*)

kondisi latar belakang dan suasana non visual di area pelayanan yang mencakup elemen seperti suhu, kelembapan, suara, bau, dan pencahayaan.

2) Ruang dan fungsi (*spae and fonctionnality*)

Tata letak peralatan serta kapasitas produk berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3) Tanda, simbol/artefak (*the use of signs, symbols, and artefacts*)

Dekorasi yang berfungsi untuk mengomunikasikan dan memperindah ruang atau citra saat ini, atau mengarahkan pengunjung menuju lokasi yang diinginkan.

4) Estetika Sarana (*Facility Aesthectic*)

merujuk pada bagaimana elemen-elemen fisik dan desain dalam ruang barbershop dirancang untuk menciptakan pengalaman visual dan emosional yang menyenangkan bagi pelanggan. Seperti Desain interior, penataan ruang, pemilihan warna, furniture dan peralatan serta pencahayaan.

5) Peralatan Listrik (*Electric Equipment*)

Yaitu untuk meningkatkan efisiensi kerja, memberikan kenyamanan dan hasil layanan yang lebih baik bagi pelanggan, serta menciptakan suasana yang lebih profesional dan modern.

Berdasarkan indikator *servicescape* maka pernyataan-pernyataan berikut ini dimasukkan ke dalam kuesioner:

- a. Kondisi lingkungan di Woko Barbier dari kebersihan, pencahayaan, dan suhu di area pelayanan agar pelanggan merasa nyaman
- b. Tata letak interior ruangan yang menarik dan terlihat rapi memberikan kesan baik bagi pelanggan saat datang.
- c. Papan, poster model rambut serta hiasan dinding yang dapat dilihat dengan jelas di woko barbier.
- d. Furnitur, seperti kursi barber, meja kerja, dan tempat duduk pelanggan, terlihat modern dan sesuai dengan tema desain interior yang berada di Woko Barbier.
- e. Woko Barbier menyediakan fasilitas listrik yang bisa digunakan pelanggan untuk keperluan seperti cas handphone ataupun lainnya.

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang dan jasa apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang didapat. (Kasmir, 2017:236) dalam Darmawan (2019). Apabila kepuasan yang diharapkan pelanggan tinggi sementara pelayanan yang dilakukan perusahaan tidak memenuhi harapan maka kepuasan tidak akan tercapai bahkan cenderung menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan, dengan sendirinya pelanggan akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya. menurut

Kotler dan Keller (2016:121) dalam (Suryani Putri et al., 2023) yaitu :

1) Tetap setia

Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal, Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.

2) Membeli produk yang ditawarkan

Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

3) Merekomendasikan produk

Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon pelanggan yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

4) Bersedia membayar lebih

Pelanggan cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi pelanggan cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.

5) Memberi masukan

Walaupun kepuasan sudah tercapai, pelanggan selalu menginginkan yang lebih lagi, maka pelanggan akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

Berdasarkan indikator kepuasan pelanggan maka pernyataan-pernyataan

berikut ini dimasukkan ke dalam kuesioner:

- a. Saya akan tetap menggunakan jasa layanan di Woko Barbier Lumajang.
- b. Saya tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan pada Woko Barbier.
- c. Saya akan merekomendasikan Woko Barbier kepada teman dan saudara.
- d. Saya bersedia membayar lebih untuk layanan yang diberikan pada Woko Barbier.
- e. Memberikan masukan atau saran untuk memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan mereka dapat terpenuhi dengan lebih baik.

3. 6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2014 : 102). Semua fenomena yang diamati secara spesifik disebut variabel. Peneliti menggunakan instrumen penelitian guna untuk melakukan pengumpulan data yang diperlukan pada saat proses penelitian. Dalam penelitian ini terdapat variabel (X) berfungsi sebagai salah satu alat ukur dalam kajian ini seperti gaya hidup, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik, serta variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan. penyusunannya dilandasi dengan beberapa indikator variabel, kemudian dalam tabel berikut akan dijabarkan beberapa *instrument* penelitian serta skala pengukurannya:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala pengukuran	Sumber
1	Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	1) Kegiatan (<i>activity</i>)	a. Woko Barbier membantu saya menata penampilan dan merawat	Ordinal	Iana et al., (2023)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala pengukuran	Sumber
			penampilan rambut secara baik dan rapi dalam kegiatan sehari-hari seperti berkerja ataupun sekolah.		
		2) Minat (<i>Interest</i>)	a. Woko barbier lebih menarik untuk dikunjungi daripada pangkas rambut lainnya.		
		3) Opini (<i>Opinion</i>)	a. Woko barbier mempunyai daya Tarik tersendiri dibanding pangkas rambut lainnya.		
2	Kualitas Pelayanan	1)Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)	a. Ada berbagai peralatan di Woko Barbier Lumajang seperti gunting rambut, mesin pencukur rambut, semprotan air, hairdryer dan lain sebagainya dan didukung dengan para barber yang ramah dan berpengalaman.	Ordinal	Prihandoyo (2019)
		2)Keandalan (<i>reliability</i>)	a. Pelayanan pada Woko Barbier Lumajang, melayani sesuai dengan keinginan pelanggan dan juga dapat diandalkan.		
		3)DayaTanggap (<i>responsiveness</i>)	a. Woko Barbier Lumajang memberikan pelayanan yang responsive dan tepat kepada pelanggan jika sedang membutuhkan bantuan.		
		4) Jaminan (<i>assurance</i>)	a. Barber pada Woko Barbier Lumajang sopan dan santun saat melayani pelanggan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala pengukuran	Sumber
		5) Empati (<i>empaty</i>)	a. Barber pada Woko Barbier Lumajang memberikan perhatian serta memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.		
3	Lingkungan Fisik (Services-cape)	1)Kondisi Lingkungan (<i>ambient conition</i>)	a. Kondisi lingkungan di Woko Barbier dari kebersihan, pencahayaan, dan suhu diarea pelayanan agar pelanggan merasa nyaman	Ordinal	Suryani Putri et al., (2023)
		2) Ruang dan Fungsi (space and <i>functionality</i>)	a. Tata letak interior ruangan yang menarik saat dilihat dan peralatan yang lengkap saat digunakan di Woko Barbier.		
		3) Tanda symbol/ artefak (<i>the use of signs, symbols, and artefacts</i>)	a. Papan,poster model rambut serta hiasan dinding yang dapat dilihat dengan jelas di woko barbier.		
		4) Estetika sarana(<i>Facility Aesthetic</i>)	a. furnitur, seperti kursi barber, meja kerja, dan tempat duduk pelanggan, terlihat modern dan sesuai dengan tema desain interior yang berada di Woko Barbier.		
		5)Peralatan Listrik (<i>Electric Ekiupment</i>)	a. Woko Barbier menyediakan fasilitas listrik yang bisa digunakan pelanggan untuk keperluan seperti cas handphone ataupun lainnya.		
4	Kepuasan Pelanggan	1) Tetap Setia	a. Saya akan tetap menggunakan jasa layanan di Woko Barbier.	Ordinal	Sudirman et al., (2022)
		2)Membeli produk yang ditawarkan	a. Saya tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan pada Woko Barbier.		
		3)Merekomendas	a. Saya akan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala pengukuran	Sumber
		-ikan produk	merekomendasikan Woko Barbier kepada teman dan saudara.		
		4)Bersedia membayar lebih	a. Saya bersedia membayar lebih untuk layanan yang diberikan pada Woko Barbier.		
		5)Memberi masukan	a. memberikan masukan atau saran untuk memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan mereka dapat terpenuhi dengan lebih baik.		

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuisisioner

Sugiyono, (2015:230) memberikan penjelasan bahwa kuisisioner ialah teknik mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaan dan juga pernyataan yang harus dijawab. Pada penelitian ini kuisisioner akan di sebar ke pelanggan pada Woko Barbier Lumajang. Tidak hanya secara langsung, penyebaran kuisisioner juga disebar secara online melalui Whatsapp.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran likert dimana skala pengukuran tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiono,2011). Dalam penelitian ini wujud skala likert yakni :

- a. Sangat Setuju (ST) : Skor 5
- b. Setuju (S) : Skor 4
- c. Netral (N) : Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) : Skor 2

e. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

3. 8 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2015:244), mengatakan bahwasanya analisis data merupakan suatu proses sistematis yang melibatkan pengumpulan dan pengorganisasian data dari interview, catatan lapangan, serta dokumentasi. Proses ini melibatkan pemilihan informasi penting untuk dipelajari, penggolongan data ke dalam kategori, deskripsinya ke inti unit-unit, sintesis, penyusunan pola, dan penyusunan kesimpulan agar mudah dipahami oleh peneliti dan pihak lain yang terlibat. Dalam menjalankan penganalisisan data dalam riset ini dilaksanakan melalui sejumlah tahapan, di antaranya:

- 1) Mencari informasi tentang variabel penelitian, termasuk variabel bebas dan terikatnya.
- 2) Memberikan responden sebuah kuesioner untuk mengumpulkan data.
- 3) Menghitung dan mengelola data untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan melalui gaya hidup, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik,.
- 4) Melaksanakan penganalisisan data lewat pengujian hipotesis guna mempermudah interpretasi data. Menafsirkan hasil penelitian untuk mengetahui apakah teori yang disarankan didukung atau tidak.
- 5) Menyimpulkan penelitian dengan membandingkan temuan dengan hipotesis sebelumnya. Ini akan membuat kesimpulan yang akurat. Oleh karena itu, untuk mendukung hasil penelitian, penelitian ini melakukan serangkaian langkah sistematis untuk menganalisis dan menafsirkan data.

3.8.1 Uji Instrumen

Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden merupakan langkah awal yang penting sebelum melakukan uji hipotesis. Sebelum melanjutkan pengujian hipotesis, perlu dilakukan evaluasi terhadap validasi dan reliabilitas kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data dari responden. Asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah bahwa data yang dihasilkan harus valid dan reliabel agar dapat melanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur validitas tidaknya suatu instrumen pengukuran (angket) yang mampu mengukur semua yang hendak akan diukur. Suatu instrumen pengukuran (angket) dikatakan sah atau valid jika pertanyaan yang diajukan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (Sujarweni, 2019:15). Berdasarkan penjelasan Sugiyono, (2015:430) validitas adalah ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan atau dilaporkan oleh peneliti.

Analisis faktor menggunakan metode yang menghubungkan skor total faktor dengan skor keseluruhan, menurut Sugiyono (2015:208). Pada riset ini, manakala ada korelasi antara skor masing-masing komponen dengan skor keseluruhan kurang daripada 0,3, komponen tersebut dianggap tidak valid dalam instrumen yang digunakan. Dalam hal ini, beberapa faktor itu dianggap konstruk yang kuat apabila korelasi antara skor masing-masing komponen dan skor keseluruhan lebih besar dari 0,3.

b) Uji Reabilitas

Menurut Umar (2011:58), reliabilitas adalah taraf keandalan ataupun kekonsistenan yang diperlihatkan oleh instrumen riset. Reliabilitas dinilai dengan menggunakan metode internal untuk menilai konsistensi instrumen. Menurut Sugiyono (2012:178), reliabilitas dikaitkan dengan tingkat kekonsistenan dan stabilitas data. Dalam perspektif kuantitatif, reliabilitas data terkait dengan tingkat konsistensi. Oleh karena itu, manakala dua ataupun lebih periset melakukan penelitian yang serupa serta memperoleh hasil yang serupa, ataupun jika sekumpulan data dipecah menjadi dua dan memperlihatkan hasil yang serupa, maka peneliti lain akan mendapatkan hasil yang sama jika mereka mengimplementasikan kembali riset atas subjek yang serupa melalui cara yang serupa. Meskipun belum tentu, data yang konsisten cenderung valid. Menurut Nugroho (2011:33), mengatakan bahwasanya uji reliabilitas dijalankan melalui pengamatan koefisien Alpha Cronbach, yang bisa diidentifikasi dengan indeks reliabilitasnya:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas, Multikolinearitas, serta Heteroskedastisitas adalah beberapa alat uji yang sering dipakai dalam uji asumsi klasik, menurut Kurniawan (2014:156). Dalam analisis linear berganda berbasis ordinary least square (OLS),

ketetapan yang harus dipenuhi disebut sebagai uji asumsi klasik.

a) Pengujian Normalitas

Bahri (2018:162), mengatakan bahwasanya uji normalitas ialah proses untuk mengevaluasi apakah data yang akan dianalisis memiliki distribusi yang mirip dengan kurva normal. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah data tersebut terdistribusi normal ataupun tidak. Guna melakukan pengujian ini salah satunya cara yang bisa dijalankan ialah melalui metode grafik, seperti mengamati pola tersebar data pada garis diagonal grafik plot probabilitas normal (P-Plot). Lewat penggunaan probabilitas plot (P-Plot), kriteria untuk menguji normalitas, di antaranya:

- 1) Data dianggap terdistribusi normal manakala terjadi persebaran di sekitar garis diagonal ataupun grafik histogramnya.
- 2) Data dianggap tidak terdistribusi normal bila terjadi penyebaran menjauh dari arah garis ataupun tidak mengikuti diagonal ataupun grafik histogram-nya.

b) Pengujian Multikolonieritas

Kurniawan(2014:102)mengatakan bahwasanya pemeriksaan multikolinieritas ialah,persyaratan guna pengujian hipotesis regresi ataupun kausalitas secara keseluruhan. Koefisien korelasi ganda dan koefisien korelasi antarvariabel independen ataupun bebas dapat diukur guna mengetahui multikolinieritas. Untuk memahami kesalahan standar estimasi model dalam sebuah riset, uji multikolinieritas digunakan. Lebih lanjut, Kurniawan (2014:102) mengatakan bahwasanya ada beberapa tolok ukur guna menentukan multikolinieritas terhadap sebuah model, di antaranya

Jika skor Variance Inflation Factor kurang daripada 10 dan skor toleransi lebih dari 0,1, bisa dikatakan bahwasanya model tidak mengalami masalah multikolinieritas. VIF yang rendah memperlihatkan bahwasanya tak ada permasalahan serius dengan multikolinieritas pada model regresi. Toleransi yang mendekati 1 menandakan bahwa model tersebut tidak terpengaruh oleh multikolinieritas, sementara nilai yang jauh dari 1 menunjukkan adanya potensi masalah multikolinieritas.

c) Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah ketidakseragaman dalam varian residual di sepanjang pengamatan dalam model regresi, menurut Bahri (2018:162-168). Jika tidak ditemukan heteroskedastisitas, model regresi dianggap baik. Guna mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas salah satunya cara ialah melalui penggunaan grafik scatterplots, dengan kriterianya:

- 1) Manakala ada pola tertentu misalnya, titik-titik yang menunjukkan pola bergelombang, melebar, atau menyempit, heteroskedastisitas dianggap ada.
- 2) Manakala titik-titik menciptakan pola yang tersebar di atas serta di bawah kurva, heteroskedastisitas dianggap ada.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Evolusi dari regresi linier sederhana yakni analisis regresi linier berganda, yang mana dipakai guna memprediksi permintaan pada masa mendatang dengan data historis dan mengevaluasi hubungan antara beberapa variabel bebas dan satu variabel terikatnya. Berikut rumus regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Penjelasan :

Y = Variabel Terikat

X₁ = Variabel Bebas Pertama

X₂ = Variabel Bebas Kedua

X₃ = Variabel Bebas Ketiga

e = Error

α = Konstanta

B₁, B₂ dan B₃ = koefisien regresi

$$KP = \alpha + B_1GH + B_2KPL + B_3LF + e$$

Penjelasan :

KP = Kepuasan Pelanggan

GH = Gaya Hidup

KPL = Kualitas Pelayanan

LF = Lingkungan Fisik

e = Error

α = Konstanta

B₁, B₂ dan B₃ = koefisien regresi

Variabel independen (Siregar, 2015:405-406). Dengan memakai analisis

regresi linier berganda, penelitian ini bertujuan guna mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel bebas yang dipertimbangkan mencakup gaya hidup, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik. Analisis ini dilaksanakan guna mengevaluasi seberapa jauh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen tersebut.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Pasca dilakukan analisis regresi linier berganda, Langkah selanjutnya adalah melaksanakan uji hipotesis yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel *independent*, yakni gaya hidup, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap variabel *dependen*, yaitu kepuasan pelanggan.

a) Uji T (Uji Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel yang terkait, Lopioadi & ihksan, (2015). Uji ini bertujuan untuk memahami hubungan atau dampak variabel independen seperti gaya hidup, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik dalam kaitannya dengan variabel dependen seperti kepuasan pelanggan, yang terbukti signifikan secara statistik. Sunyoto, (2015). Ada beberapa tahap untuk melakukan uji hipotesis:

1) Membuat rumusan hipotesis

a. Hipotesis pertama

H₀:tidak terdapat pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Woko Barbier Lumajang.

H_a:Terdapat pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap kepuasan

pelanggan pada Woko Barbier Lumajang.

b. Hipotesis kedua

H₀: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Woko Barbier Lumajang.

H_a: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Woko Barbier Lumajang.

c. Hipotesis ketiga

H₀: Tidak terdapat pengaruh lingkungan fisik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Woko Barbier Lumajang.

H_a: Terdapat pengaruh lingkungan fisik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Woko Barbier Lumajang.

2) Menetapkan tingkat signifikannya dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria untuk pengujian :

Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig \geq 0,05$ (5%) maka artinya H₀ diterima sedangkan H_a ditolak.

Jika $t_{hitung} > -t_{tabel}$ > t_{tabel} atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%) maka artinya H_a diterima dan H₀ ditolak.

4) Hitung nilai t_{tabel} dengan rumus ($df = n-2$), n jumlah data dan k jumlah variabel independen dan dependen.

5) Mengambil kesimpulan berdasarkan perbandingan antara hasil t_{hitung} dan t_{tabel} .

b) Uji F (Uji Kelayakan Model)

Menurut Ananda, (2023:40) uji kelayakan model dilakukan untuk menguji signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Secara esensial, uji statistik F menunjukkan apakah setiap variabel independen dalam model memiliki dampak kolektif terhadap variabel dependen. Selanjutnya, hipotesis nol (H_0) yang akan di uji adalah apakah semua parameter dalam model bernilai sama dengan nol, atau :

$H_0 : B_1 = B_2 = \dots = B_k = 0$, hal ini berarti bahwa suatu variabel *independent* tidak berfungsi sebagai penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen. Selanjutnya hipotesis alternatif (H_a), menyatakan bahwa tidak semua parameter secara simultan bernilai sama dengan nol, atau :

$H_a : B_1 \neq B_2 \neq \dots \neq B_k \neq 0$, menunjukan bahwa semua variabel independen secara simultan berfungsi sebagai penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji kelayakan model bertujuan untuk menilai apakah model yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dianggap layak untuk digunakan. Uji kelayakan bisnis sangat penting dalam penelitian yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Adapun langkah – langkah dalam pelaksanaan uji kelayakan model (Uji F) adalah sebagai berikut :

- 1) Menetapkan tingkat taraf nyata sebesar 5%
- 2) Menentukan besarnya p – value yang diperoleh dari hasil pengujian dengan program SPSS.
- 3) Kriteria pengujian :
 - a) Bila nilai p – value dari $F \geq \alpha$ sebesar 5%, maka hal ini menunjukan bahwa model penelitian tidak memenuhi syarat untuk digunakan.
 - b) Bila nilai p – value dari $F < \alpha$ sebesar 5%, maka ini mengindikasikan bahwa

model penelitian dapat dianggap layak untuk digunakan

3.8.5 Koefisien Determinasi

Menurut Rianto dan Hatmawan,(2020:141) analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0-1. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang rendah menunjukkan kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang tinggi dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel *independent* hampir sepenuhnya menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi *dependen*.

Koefisien determinasi (R^2) nanti akan mendapatkan nilai untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel *independent* (X) yaitu gaya hidup (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan lingkungan fisik (X_3) terhadap naik turunnya variabel *dependen* (Y) yaitu kepuasan pelanggan pada Woko Barbier Lumajang yang dinyatakan dalam presentase (%).