

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Obyek dan Subyek**

##### 1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah semua cabang *Larissa Aesthetic Center* Yogyakarta, yang berlokasi di Jl. Magelang Km. 5, Jl. C. Simanjuntak dan yang berlokasi di Galeria Mall.

2. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen *Larissa Aesthetic Center* Yogyakarta.

#### **B. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden berupa jawaban responden mengenai kualitas pelayanan, lokasi dan *servicescape*.

#### **B. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini adalah dengan pendekatan metode *non-probability* yaitu *purposive sampling* atau *judgmental sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti. Penarikan sampel secara purposif merupakan cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan peneliti. Jumlah sampel atau responden yang diteliti adalah minimal 100 responden, penelitian ini mengambil sampel 120 karena pengambilan sampel dengan jumlah dan populasi yang tak terhingga dan tidak dapat diketahui

jumlahnya, dapat diambil 100 responden sebagai sampel (Sugiyono, 2014). Kriteria yang dijadikan responden adalah pelanggan Larissa *Aesthetic Center* Yogyakarta yang berumur minimal 17 tahun dan telah melakukan perawatan minimal sebanyak dua kali. Kriteria yang ditetapkan adalah responden yang berumur minimal 17 tahun karena dalam usia tersebut dikatakan sudah dapat mengambil keputusan yang tepat untuk menilai dan memutuskan suatu kondisi lingkungan disekitarnya.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2014), kuisisioner merupakan teknik pengambilan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Kuisisioner diukur dengan menggunakan skala Likert, dikemukakan Sugiyono (2014) bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Dengan perincian sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
- c. Cukup Setuju (CS) dengan skor 3

- d. Setuju (S) dengan skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5

## 2. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung kepada objek yang dituju. Pengamatan ini dilakukan langsung terhadap keadaan pelayanan, lokasi dan *servicescape* secara umum di *Larissa Aesthetic Center* di seluruh cabang yang berada di Yogyakarta.

## D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional memiliki pengertian bahwa variabel-variabel dalam penelitian berupa definisi atribut operasional yang digunakan sebagai spesifikasi dalam menyusun instrumen pertanyaan kuisioner penelitian berdasarkan indikator operasional variabel penelitian. Penjelasan mengenai spesifikasi dalam indikator penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017), Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya perubahan variabel dependen (variabel terikat).

#### a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi

harapan pelanggan. Tjiptono, (2008) menyebutkan kualitas pelayanan dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Bukti fisik (*Tangibles*)
  - a) Kondisi lingkungan yang baik dan aman
  - b) Kondisi gedung yang baik
  - c) Peralatan dan teknologi yang digunakan sudah sesuai standar
  - d) Penampilan para karyawan yang menarik
- 2) Keandalan (*Reliability*)
  - a) Kinerja karyawan yang sesuai dengan harapan pelanggan
  - b) Kinerja karyawan yang tepat waktu
  - c) Memberikan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa ada kesalahan.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*)
  - a) Kemampuan karyawan dalam melayani dengan cepat tanggap
  - b) Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan
  - c) Kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan
- 4) Jaminan (*Assurance*)
  - a) Kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada perusahaan
  - b) Karyawan memiliki pengetahuan yang baik

- c) Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggan
- 5) Kepedulian (*Emphaty*)
- a) Karyawan mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada pelanggan secara individu
  - b) Karyawan mampu memahami keinginan konsumen secara spesifik
- b. Lokasi (X2)
- Lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan fisiknya. Variabel ini merupakan persepsi konsumen tentang lokasi yang dijabarkan dengan indikator-indikator sebagai berikut (Tjiptono 2010):
1. Akses
  2. Visibilitas
  3. Lalu lintas
  4. Tempat parkir
- c. *Servicescape* (X3)

*Servicescape* adalah segala sesuatu yang secara fisik hadir di sekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan, baik secara internal maupun eksternal. Variabel ini merupakan persepsi konsumen yang dijabarkan dengan indikator-indikator sebagai berikut, Lovelock (2011) :

1. Kondisi *ambient*

Kondisi *ambient* meliputi, kebersihan ruangan, pencahayaan, aroma ruangan, musik yang diputarkan

2. Tata spasial

Tata spasial meliputi, penataan peralatan dan fasilitas, desain ruangan, dan penataan interior.

3. Tanda simbol/ artefak

Tanda simbol atau artefak adalah dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, atau untuk mengarahkan pelanggan untuk tujuan yang diinginkan.

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2014) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.

A. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya, dengan indikator- indikator sebagai berikut. Kotler & Keller, (2009).

- 1) Puas dengan layanan
- 2) Puas dengan produk
- 3) Puas dengan perusahaan
- 4) Puas secara keseluruhan

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tepat mengukur objek yang diteliti. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment person* dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid, Sekaran (2006).

Data yang reliabel dalam instrument penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah jawaban seorang responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila responden konsisten dalam menjawab pertanyaan pada kuisioner, maka data tersebut reliabel, sedangkan jika jawaban seorang responden acak maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak reliabel. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah dengan nilai *Cronbach Alpha*, jika semakin tinggi mendekati angka 1 maka semakin tinggi nilai konsistensi internal reliabilitasnya. Jika nilai *Cronbach Alpha* diatas  $\geq 0,6$  maka reliabilitas diterima, Sekaran (2006).

## **F. Uji Asumsi Kalsik**

### **1. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolonieritas adalah independen variabel yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau = 1). Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen).

### **2. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain.

### **3. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya).

## **H. Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi ganda dapat digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) Sugiyono, (2017).

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

$X_1, X_2, X_3$  = Variabel terikat / variabel yang mempengaruhi

H0 diterima jika nilai sig t > 0.05, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H0 ditolak jika nilai sig t <  $\alpha = 0.05$ , artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t yaitu menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji F

Uji F adalah uji statistik yang menunjukkan apakah semua variabel *independent* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* atau terikat. Melalui uji F kita akan memperoleh F hitung dan kemudian akan membandingkan dengan F tabel pada taraf nyata (*level of significant*) 5% dimana ketentuan apabila F hitung > F tabel berarti terdapat pengaruh yang

signifikan secara bersama-sama dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Sebaliknya  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Ghozali (2016) dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi, yaitu :

- 1) Signifikan apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.
- 2) Tidak signifikan apabila nilai probabilitas  $> 0,05$  yang berarti tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

b. Uji t

Uji t adalah pengujian statistik yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau *independent* yaitu kualitas pelayanan, lokasi, atau *servicescape* dalam menerangkan variasi variabel *dependent*, (Alni Rahmawati, dkk, 2014). Uji t dilakukan juga untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan, dengan kriteria pengujian adalah :

- 1) Jika tingkat signifikan  $t > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

- 2) Jika tingkat signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan kata lain variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

### 3. Koefisien Determinasi *Adjusted R Square*

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Alni Rahmawati, dkk. 2014).