

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Toko *Thrift By Els* Sultan Agung yang berlokasi di Jl. Sultan Agung No. 76, Sepang Jaya, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35152. Penelitian ini berlangsung mulai dari bulan Maret s.d Juni Tahun 2024.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen yang sedang berbelanja pakaian *thrift* di Toko Thrift By Els Sultan Agung.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi berjumlah besar maka peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang ada. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan artinya siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui sesuai sebagai sumber data. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* dengan standar tingkat kesalahan 10%. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* karena jumlah populasi atau konsumen yang membeli pakaian *thrift* pada Toko Thrift By Els Sultan Agung tidak diketahui secara pasti dan tidak adanya kriteria khusus dalam pengambilan sampel ini. Adapun perhitungan jumlah sampel yang menggunakan rumus *Lemeshow* sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p : Maksimal estimasi

Berdasarkan rumus diatas, penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *Lemeshow* maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 (0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100$$

Dapat diketahui bahwa jumlah sampel berdasarkan perhitungan dengan rumus *Lemeshow* diperoleh jumlah sampel berjumlah 100 sampel. Maka jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden.

#### **D. Sumber dan Jenis Data**

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengisian kuesioner secara online dengan *barcode google form* yang diisi oleh konsumen yang sedang berbelanja di Toko Thrift By Els Sultan Agung. Sedangkan data sekunder merupakan data penelitian yang didapatkan melalui studi pustaka, buku, artikel, buku, arsip dan dokumen resmi yang membahas penelitian ini.

## E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner untuk mengetahui tentang kualitas produk Toko Thrift By Els Sultan Agung dengan jawaban menggunakan skala Likert. Dari definisi operasional variabel dalam penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
<b>Kualitas Produk</b>	Kualitas artinya secara keseluruhan karakteristik dan sifat dari suatu produk atau pelayanan yang sangat berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan dan tersirat.  Menurut Kotler dan Keller (2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja (<i>Performance</i>)</li> <li>2. Tampilan (<i>feature</i>)</li> <li>3. Kesesuaian (<i>Conformance</i>)</li> <li>4. Daya Tahan (<i>Durability</i>)</li> <li>5. Kemampuan melayani (<i>Service Ability</i>)</li> <li>6. Estetika (<i>aesthetics</i>)</li> <li>7. Kualitas yang Dirasakan (<i>Preceived Quality</i>)</li> </ol> Menurut Tjiptono & Chandra (2016)

Sumber : Data diolah tahun (2024)

## F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Menurut Sugiyono (2017) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data responden didapat melalui penyebaran kuesioner secara

online dengan menggunakan *Google Forms* kepada konsumen Toko Thrift By Els Sultan Agung yang telah melakukan pembelian pakaian *thrift* di Toko tersebut.

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

<b>Tingkat Kinerja</b>	<b>Tingkat Kepentingan Harapan</b>	<b>Skala</b>
Sangat Puas	Sangat Penting	5
Puas	Penting	4
Cukup	Cukup	3
Kurang Puas	Kurang Penting	2
Tidak Puas	Tidak Penting	1

Sumber : Data diolah tahun (2024)

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Hatmawan (2020) uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dan keabsahan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan sendiri jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur yang hendak diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan item-item dalam kuesioner terhadap objek yang akan diteliti lebih lanjut.

Maka uji validitas yang dilakukan untuk mengukur seberapa baik suatu instrumen yang digunakan dalam mengukur konsep yang seharusnya yaitu :

$$r = \frac{n \sum XYZ - \sum X \cdot \sum Y \cdot \sum Z}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(\sum Y^2) - (\sum Y)^2] \cdot [(\sum Z^2) - (\sum Z)^2]}}$$

Keterangan :

$r$  : Korelasi *product moment*

$n$  : Jumlah responden

$X, Y$  : Kuesioner

$Z$  : Jumlah poin

Ketentuan :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket tersebut valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Darma (2021) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrument yang reliabel berarti instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas.

*Reliabel* artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur yang dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten dapat dipercaya. Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat

pengumpulan data, karena instrument tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuesioner maka digunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

Dimana :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum ab^2}{\sum at^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  : Reliabilitas item

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan

$ab^2$  : Jumlah varians butir

$at^2$  : Varian total

**Tabel 3.3**  
**Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

Koefisien r	Reliabilitas
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi
0,60 – 0,799	Tinggi
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2017)

Pengujian realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS 21 dengan membandingkan antara koefisien r dengan koefisien *Alpha Cronbach*. Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut :

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (reliable).

- b. Nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$ , maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*).

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain atau suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur tingkat harapan dan tingkat kinerja untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Noviana & Kusumawati (2022)

Ada dua tahapan pengolahan yang digunakan pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)* yaitu :

- a. Analisis Tingkat Kesesuaian

Menganalisis pelanggan atau konsumen yang merasa puas terhadap kinerja perusahaan dan seberapa pihak penyedia produk atau jasa memahami keinginan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai.

- b. Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini digunakan untuk memvisualisasikan data atau informasi yang berkaitan dengan dua variabel yang saling berhubungan. Data tersebut dapat berupa angka, statistik, atau hasil pengukuran. Dengan menggunakan diagram ini, kita dapat melihat pola atau hubungan antara dua variabel secara lebih jelas.

Berikut langkah-langkah dalam menganalisis menggunakan diagram kartesius :

- 1) Menginput data dari *excel* kedalam data *view* spss, data yang dimaksud adalah data dari hasil analisis kuesioner konsumen Toko Thrift By Els Sultan Agung dengan menentukan rata-rata dari jawaban harapan dan kinerja responden tersebut.
- 2) Kemudian didalam data *view* spss klik *graphs*, pilih *legacy dialogs* lalu pilih *scatter/dot* kemudian klik *simple scatter* lalu klik *define*.
- 3) Selanjutnya ketentuan *performance* (kinerja) dimasukkan ke sumbu *X axis* dan *importance* (harapan) dimasukkan ke sumbu *Y axis*, kemudian untuk atribut (butir pernyataan) dimasukkan kedalam *label cases by*.
- 4) Diagram kartesius telah terbentuk akan tetapi hanya berupa titik-titik. Maka klik garis *vertikal* dan *horizontal* dengan *referance line set to mean*, lalu klik *apply*.

- 5) Langkah berikutnya adalah membuat titik-titik tersebut menjadi angka dengan cara *double* klik salah satu titik
- 6) Didalam diagram kartesius masing-masing atribut akan berada di kuadran A, kuadran B, kuadran C dan kuadran D sesuai dengan kinerja yang dinilai.
- 7) Berdasarkan hasil diagram kartesius maka kualitas produk dapat diidentifikasi berkinerja berlebih dan berkinerja buruk.

#### 4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah indeks untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Noviana & Kusumawati, 2022).

*Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan (*importance*) dari atribut-atribut pelayanan. Adapun cara untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* dilakukan melalui empat tahapan.

- a. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*.

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap responden.

$$\text{MIS} = \sum_{i=1}^n Xi$$

$$\text{MIS} = \sum_{i=1}^n Yi$$

Keterangan :

- n : Jumlah Responden  
 Yi : Nilai Kepentingan Atribut ke-i  
 Xi : Nilai Kinerja Atribut ke-i

b. Membuat *Weight Factors* (WF)

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^P MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan :

- $MIS_i$  : Nilai rata - rata tingkat harapan ke-i  
 $\sum_{i=1}^P MIS_i$  : Total nilai rata - rata tingkat harapan ke-i

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan X (*Mean Satisfaction Score*).

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

d. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{H \sum_{i=1}^P WS_i}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

- P : Atribut kepentingan (*importance*) ke-p  
 HS : Skala maksimum yang digunakan (*Highest Scale*)

Kriteria indeks kepuasan merupakan skala maksimum 5 dengan kisaran 0,00 sampai dengan 1,00 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.4**

**Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)**

<b>Nilai CSI</b>	<b>Kriteria CSI</b>
81% - 100%	Sangat puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup
35% - 50,99%	Kurang puas
0% - 34,99%	Tidak puas

Sumber : (Widodo & Sutopo, 2018)

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja yang kurang baik kemudian nilai CSI 80% atau lebih tinggi berarti konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan.