

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Depok, Jawa Barat dengan objek telaah pangkas rambut Asgar. Penelitian ini dilaksanakan dari 28 November 2022 hingga 19 Desember 2022.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden secara online.

Desain penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini ialah explanatory dengan jenis deskriptif. Penelitian dengan metode deskriptif akan melakukan pengujian terhadap dugaan atau hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan sehingga akan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan riset kausal memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat antar variabel independen dengan dependen.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat atau pelanggan yang pernah menggunakan jasa di pangkas rambut Asgar. Jumlah populasi pada penelitian ini bersifat infinite atau tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga peneliti akan menggunakan sampel sebagai sumber data primer.

3.3.2 Sampel

Menurut Hair et al. (2019) ukuran sampel yang sesuai melebihi 100 responden sehingga skor interpretasi dapat digunakan dengan *Structural Equation Modeling* (SEM). Rumus untuk menghitung jumlah calon responden yaitu (Jumlah indikator + jumlah variabel laten) x (5 sampai 10 kali).

Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah $(16 + 4) \times 10 = 200$. Maka calon responden pada penelitian ini menggunakan sebanyak 200 responden.

Metode yang digunakan ialah metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sebelum membagikan survei kuisisioner, peneliti mencantumkan syarat atau kriteria yang dibutuhkan untuk menjadi responden dalam penelitian ini yaitu orang tersebut pernah mengunjungi pangkas rambut Asgar. Hal itu juga menjadi sebuah alasan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penelitian ini agar harapannya sampel yang diambil akan benar-benar sesuai dengan kriteria sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Peneliti menggunakan dua pertanyaan *screening test*. Pertama, Apakah Anda pernah berkunjung ke pangkas rambut Asgar dalam tiga bulan terakhir?. Kedua, Apakah Anda berumur 17–55 tahun?. Pertanyaan-pertanyaan tersebut bertujuan untuk meminimalisir data yang tidak valid dikarenakan ketidaksesuaian kriteria responden terhadap instrumen pertanyaan penelitian.

3.4 Pengembangan Instrumen

Variabel bebas atau variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi: kesetiaan pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, persepsi keadilan harga dan kebersihan. Variabel tersebut digunakan untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel dependen. Variabel terikat atau variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Berikut merupakan pengembangan instrumen berdasarkan variabel penelitian yang digunakan.

3.4.1 Variabel *Perceived Price Fairness*

Berikut merupakan tabel yang menguraikan tentang item atau indikator yang digunakan untuk menjelaskan persepsi keadilan harga/*perceived price fairness*.

Tabel 3.1 Tabel Indikator pada Variabel *Perceived Price Fairness*

Variabel	No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
Persepsi keadilan harga adalah penilaian subyektif konsumen tentang apakah perbedaan antara harga penjual dan harga pihak pembanding lainnya wajar, dapat diterima, atau dapat dibenarkan (Xia et al., 2004).	1	<i>The price of a waterproof smartphone following its brand image</i>	- Harga layanan jasa pangkas rambut sesuai dengan harga pasar - Harga layanan jasa pangkas rambut mampu bersaing dengan kompetitorinya	(Suhud et al., 2022)
	2	<i>I think the price of a waterproof smartphone is very reasonable</i>	- Harga layanan pangkas rambut Asgar cukup masuk akal	(Suhud et al., 2022)
	3	<i>A waterproof smartphone delivers more benefits than I would spend</i>	- Harga yang ditawarkan oleh pangkas rambut Asgar sebanding dengan hasil yang didapatkan	(Suhud et al., 2022)
	4	<i>I think the price of a waterproof smartphone is worth to buy</i>	- Harga layanan pangkas rambut Asgar sangat layak (terjangkau)	(Suhud et al., 2022)

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

3.4.2 Variabel *Perceived Service Quality*

Berikut merupakan tabel yang menguraikan tentang item atau indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel kualitas jasa/*service quality*.

Tabel 3.2 Tabel Indikator pada Variabel *Service Quality*

Variabel	No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
Definisi kualitas layanan berpendapat bahwa ini adalah hasil dari perbandingan yang dibuat pelanggan antara harapan mereka tentang layanan dan persepsi mereka tentang cara layanan telah dilakukan (Caruana, 2002; Gronroos, 1984; Lehtinen and Lehtinen, 1982; Lewis and Booms, 1983; Parasuraman et al., 1985).	1	<i>Personal guidance at tourist spots</i>	- Tukang pangkas rambut Asgar memberikan arahan pada saya dalam memilih model pangkas rambut	(Narayan et al., 2008)
	2	<i>The bank staff delivers the service with promptness and as promised</i>	- Tukang pangkas rambut Asgar memberikan layanan dengan cepat	(Fida et al., 2020b)
	3	<i>The staff show a willingness to respond to customers' needs</i>	- Tukang pangkas rambut Asgar menunjukkan kesediaan untuk	(Fida et al., 2020b)

			menanggapi kebutuhan pelanggan	
4	<i>Evidence of cleanliness and signage for instructions and directions for easy processing to client's request</i>	-	Adanya bukti kebersihan tempat dan papan petunjuk harga yang memudahkan pelanggan pangkas rambut Asgar dalam memilih layanan	(Fida et al., 2020b)
5	<i>The employees of Pasar Santa have knowledge in the field of restaurant</i>	-	Karyawan pangkas rambut Asgar memiliki pengetahuan di bidang memangkas rambut	(Suhud, Allan, et al., 2020)

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

3.4.3 Variabel *Perceived Hygiene*

Berikut merupakan tabel yang menguraikan tentang item atau indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel persepsi kebersihan/*hygiene*.

Tabel 3.3 Tabel Indikator pada Variabel *Hygiene*

Variabel	No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
Kebersihan didefinisikan sebagai setiap inisiatif untuk anak-anak dan/atau staf yang bekerja dengan mereka yang dilakukan untuk mencegah penyebaran penyakit menular (Willmott et al., 2016).	1	<i>The hotel is clean and neat in general</i>	- Ruang (lantai) pangkas rambut Asgar secara umum bersih	(OA, 2017)
	2	<i>Tables, chairs and clothes shelves in the hotel room are clean</i>	- Kursi pangkas rambut secara umum bersih - Peralatan pangkas rambut secara umum bersih - Perlengkapan pangkas rambut secara umum bersih	(OA, 2017)
	3	<i>Cleanliness and hygienic conditions of streets</i>	- Tukang pangkas rambut berpenampilan bersih	(Narayan et al., 2008)
	4	<i>Cleanliness and hygiene at tourist spots/places of visit</i>	- Lingkungan sekitar tempat pangkas rambut Asgar bersih	(Narayan et al., 2008)

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

3.4.4 Variabel *Customer Satisfaction*

Berikut merupakan tabel yang menguraikan tentang item atau indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel kepuasan pelanggan/*customer satisfaction*.

Tabel 3.4 Tabel Indikator pada Variabel *Customer Satisfaction*

Variabel	No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
Tanggapan konsumen terhadap evaluasi perbedaan yang dirasakan antara sebelumnya harapan (atau beberapa norma kinerja) dan kinerja sebenarnya dari produk yang dirasakan setelah konsumsi (Tse and Wilton, 1988).	1	<i>The staying experience at that hotel made me satisfied</i>	- Pengalaman memangkas rambut di tempat pangkas rambut Asgar membuat saya puas	(El-Adly, 2019)
	2	<i>My choice to stay at that hotel was a wise one</i>	- Pilihan saya untuk memangkas rambut di tempat pangkas rambut Asgar itu adalah pilihan yang bijak	(El-Adly, 2019)
	3	<i>Overall, I feel satisfied about that hotel</i>	- Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan tempat pangkas rambut Asgar	(El-Adly, 2019)
	4	<i>I am satisfied with the price of food di Pasar Santa</i>	- Saya puas dengan layanan pangkas rambut Asgar	(Suhud, Allan, et al., 2020)
	5	<i>I am satisfied with the quality of food in Pasar Santa</i>	- Saya puas dengan kualitas hasil pangkas rambut Asgar	(Suhud, Allan, et al., 2020)

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

3.4.5 Variabel *Customer Loyalty*

Berikut merupakan tabel yang menguraikan tentang item atau indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel loyalitas pelanggan/*customer loyalty*.

Tabel 3.5 Tabel Indikator pada Variabel *Customer Loyalty*

Variabel	No	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
Loyalitas Pelanggan: Preferensi sikap untuk pengecer disertai dengan	1	<i>I recommend this brand</i>	- Saya merekomendasikan tempat pangkas rambut	(Bobălcă et al., 2012)

perilaku pembelian berulang yang kuat (Dick and Basu, 1994; Kumar and Shah, 2004; Oliver, 1999)	<i>those who ask my Advice</i>	Asgar langganan saya kepada orang lain	
	2 <i>I say positive things about this brand to other persons</i>	- Saya mengatakan hal-hal positif tentang layanan pangkas rambut Asgar ini ke orang lain	(Bobâlcă et al., 2012)
	3 <i>I consider this company my first choice when I want to buy cosmetic products</i>	- Tempat pangkas rambut Asgar ini merupakan pilihan pertama saya setiap kali ingin memangkas rambut	(Bobâlcă et al., 2012)
	4 <i>I am more interested in this brand than other brands</i>	- Saya sangat tertarik menggunakan jasa pangkas rambut Asgar ini dibanding tempat lainnya	(Bobâlcă et al., 2012)
	5 <i>I feel more attached to this brand than to other brands</i>	- Saya memiliki keterikatan dengan pangkas rambut Asgar ini	(Bobâlcă et al., 2012)

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Kuesioner tersebut akan menggunakan formulir *online* yang dibagikan melalui sosial media seperti *Line*, *Instagram* dan *WhatsApp* agar dapat menjangkau lebih luas jumlah responden yang dibutuhkan serta lebih fleksibel bagi responden untuk menjawab kuesioner tersebut dimanapun dan kapanpun.

Kriteria responden yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa di pangkas rambut dalam kurun waktu satu tahun terakhir dan merupakan masyarakat di usia produktif. Berdasarkan kriteria tersebut diharapkan data yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan analisis yang akan dilakukan dalam penelitian.

3.5.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur pernyataan kuesioner dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *likert* yang digunakan adalah skala *likert* enam poin dengan kriteria jawaban.

Penggunaan enam butir skala likert dengan tujuan untuk menghindari keraguan atas jawaban netral dan guna validasi jawaban yang diperoleh dari responden dengan lebih akurat (Haifa et al., 2022). Berikut merupakan nilai skala likert yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.6 Nilai Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Sedikit Tidak Setuju (STS)	3
Sedikit Setuju (SS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengolah dan menginterpretasikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif berdasarkan olahan data secara statistik menggunakan *software* SPSS versi 26 dan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dari paket statistik AMOS versi 24. Data yang akan diolah lebih dulu dilakukan beberapa analisis untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan ideal untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Alasan peneliti menggunakan *software* SPSS dan AMOS untuk mengolah data adalah karena terdapat perbedaan dalam cara mengolah data. Di dalam *software* AMOS analisis model SEM lebih mudah untuk di buat.

3.6.1 Uji Validitas

“Validitas berarti kesahihan dari alat ukur dengan yang hendak diukur, artinya seberapa jauh alat dapat mengukur subjek yang ingin diukur secara akurat” (Umar, 2000, p. 166). Uji validitas menggunakan analisis faktor dengan memperhitungkan faktor *loading* diatas 0,4 maka item dianggap valid. Peneliti menggunakan *exploratory factor analysis* (EFA) dalam validasi data dan mengetahui ada nya dimensi dari masing-masing indikato, serta mempertahankan item (Suhud et al., 2022).

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur tingkat reabilitas atau kestabilan data yang diperoleh di lapangan. Data yang baik akan menunjukkan jawaban yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu sedangkan data yang buruk menunjukkan yang sebaliknya. Menurut Arikunto dalam buku metodologi riset manajemen pemasaran reliabilitas berarti sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Apabila variabel yang diteliti memiliki *Cronbach's alpha* $< 0,5$ maka variabel dikatakan kurang reliabel, begitupun sebaliknya *Cronbach's alpha* $> 0,5$ maka variabel dikatakan reliabel “A common interpretation of the coefficient is $\alpha < 0.5$ for low reliability, $0.5 < \alpha < 0.8$ for moderate (acceptable) reliability, $\alpha > 0.8$ for high (good) reliability” (Ekolu dan Quainoo, 2019).

3.6.3 Uji Fit Model

Uji fit model dilakukan untuk menguji apakah model SEM yang digunakan cocok atau tidak. Model tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Absolute fit index* yang merupakan teknik pengujian paling dasar pada metode SEM. Berikut merupakan alat analisis beserta kriterianya untuk menguji model menurut Ferdinand (2006):

1) *Chi-Square* (CMIN)

Chi-square merupakan alat ukur untuk melihat kecocokan model dan bersifat sensitif terhadap ukuran sample yang digunakan. Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* hanya sesuai bila ukuran sampel lebih dari 50. Bila ukuran sampel kurang dari 50, uji signifikansi menjadi kurang reliabel, maka pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya. Kriteria pada analisis ini adalah, semakin rendah nilai *chi-square* maka model yang diuji dianggap cocok atau baik berdasarkan probabilitas (p) dengan *cut off value* sebesar $p > 0,05$.

2) *Goodness of Fit Index* (GIF)

Indeksi ini memiliki rentang nilai 0 sampai 1,0 dimana nilai yang terendah merupakan *poor fit* dan nilai tertinggi adalah *perfect fit*.

Semakin tinggi nilai indeks maka menunjukkan kesesuaian yang lebih baik.

3) *Non Normed Fit Index (NNFI)*

Indeks digunakan untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai NNFI berkisar antara 0 sampai 1.0, dengan nilai $NNFI \geq 0.90$ menunjukkan *good fit* dan $0.80 \leq NNFI \leq 0.90$ adalah *marginal fit*.

4) *CMIN/DF*

CMIN/DF dihasilkan dari statistik chi-square (CMIN) dibagi dengan Degree of Freedom (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar $\leq 2,00$ yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

5) *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI merupakan nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model. Model dapat diterima dan dikatakan *good fit* apabila memiliki hasil nilai $\geq 0,95$ atau nilai yang mendekati 1,0.

6) *CFI (Comparative Fit Index)*

Indeks ini tidak terpengaruh oleh ukuran sampel karena sangat baik dalam mengukur tingkat akseptabilitas suatu model. Nilai indeks CFI berada pada rentang 0-1, dimana mendekati 1 menunjukkan tingkat akseptabilitas model tertinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah 0,95. Saat menguji model, indeks TLI dan CFI sangat disarankan karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap ukuran sampel dan kurang bergantung pada kompleksitas model.

7) *RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)*

Indeks ini dapat digunakan untuk menentukan statistik chisquare dalam sampel besar. Nilai RMSEA menunjukkan kualitas kecocokan yang dapat diharapkan jika model dievaluasi secara kolektif. Nilai

RMSEA yang kurang dari atau sama dengan 0,08 merupakan indikasi akseptabilitas model.

Tabel 3.7 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi-square	Diharapkan kecil
Proabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,95$
TLI	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk membuktikan signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti. Tingkat signifikansi pengaruh antar variabel diukur berdasarkan nilai probabilitas dibawah 0,05 dan nilai C.R. (*critical ratio*) diatas 1,98 maka hipotesis terbukti signifikan.

