

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENEITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>60</sup> Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>61</sup>

Adapun rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua atau lebih variabel.

Penulis akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari keempat variabel yakni variabel  $X_1$  (Durabilitas Produk)  $X_2$  (Harga) dan  $X_3$  (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel  $Y$  (Kepuasan Konsumen).

---

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta CV, 2013), hlm. 2.

<sup>61</sup> *Ibid.*, hlm. 8.

## B. Operasionalisasi Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai sesuatu yang apabila diukur hasilnya dapat beragam atau bervariasi.<sup>62</sup> Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini dilambangkan dengan tanda X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Durabilitas Produk

Daya tahan (*Durability*) menurut Garvin merupakan ukuran hidup sebuah produk. Ini mencakup dimensi teknis (penggantian), sedangkan menurut Kotler dan Armstrong keawetan adalah dimensi kualitas produk keempat yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet jika bertahan setelah berulang kali digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Pengukuran dan operasional variabel durabilitas produk dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

---

<sup>62</sup> Edi Riadi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), hm. 52.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Durabilitas Produk (X<sub>1</sub>)**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Durabilitas Produk	Umur Teknis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk masih tetap bisa digunakan walaupun sudah tua/lama usianya.</li> <li>2. Jangka waktu kemampuan digunakan dari produk menguntungkan secara ekonomisnya.</li> </ol>	<i>Likert</i>
	Umur Ekonomis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tahan lama meskipun dengan harga terjangkau.</li> <li>2. Produk yang dihasilkan tidak tertinggal jaman.</li> </ol>	<i>Likert</i>

**b. Harga**

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>63</sup> Pengukuran dan operasional variabel harga dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Harga	Keterjangkauan harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk yang terjangkau.</li> <li>2. Harga sesuai dengan daya beli konsumen.</li> </ol>	<i>Likert</i>

<sup>63</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, hlm. 345.

	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga murah dengan kualitas produk yang baik.</li> <li>2. Harga mahal sesuai dengan kualitas produk yang didapat sangat baik.</li> </ol>	<i>Likert</i>
	Daya saing harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan produk baik yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi.</li> <li>2. Harga produk lebih murah dibandingkan dengan produk yang lain.</li> </ol>	<i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manfaat suatu produk dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.</li> <li>2. Harga yang dibayarkan dapat memuaskan konsumen.</li> </ol>	<i>Likert</i>

### c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan

sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Pengukuran dan operasional variabel kualitas pelayanan dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>)**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Pelayanan	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecermatan dalam melayani pelanggan.</li> <li>2. Standar pelayanan yang jelas.</li> <li>3. Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.</li> </ol>	<i>Likert</i>
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merespons dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.</li> <li>2. Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat.</li> <li>3. Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.</li> <li>4. Semua keluhan pelanggan direspons oleh perusahaan.</li> </ol>	<i>Likert</i>
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.</li> <li>2. Perusahaan memberikan</li> </ol>	<i>Likert</i>

		jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan. 3. Perusahaan memberikan jaminan legalitas.	
	Perhatian ( <i>Attention</i> )	1. Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah-tamah. 2. Menghargai setiap pelanggan. 3. Mendahulukan kepentingan pelanggan. 4. Melayani dengan tidak diskriminatif.	<i>Likert</i>
	Bukti Langsung ( <i>Tangible</i> )	1. Kemudahan dalam proses pelayanan. 2. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan. 3. Penampilan dalam melayani pelanggan. 4. Kenyamanan tempat penyedia pelayanan. 5. Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan. 6. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.	<i>Likert</i>

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel ini dinyatakan dalam

tanda (Y). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya.<sup>64</sup> Pengukuran dan operasional variabel kepuasan konsumen dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kepuasan Konsumen (Y)	Membeli lagi.	1. Membeli produk lagi ke toko yang sama. 2. Ketertarikan untuk tetap menggunakan.	<i>Likert</i>
	Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.	1. Menyarankan kepada orang lain karena produk memuaskan. 2. Menyarankan kepada orang lain karena pelayanan memuaskan.	<i>Likert</i>
	Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.	1. Merasa puas dan bangga atas merek atau produk yang dipakainya. 2. Kurang tertarik dengan merek produk lain.	<i>Likert</i>

---

<sup>64</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC), 2005), hlm. 50-51.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.<sup>65</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah konsumen perempuan yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk hijab Umama Scarf. Ukuran populasi untuk penelitian ini tidak dipastikan secara definitif jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.<sup>66</sup> Sampel sangat dibutuhkan, karena dalam kasus ini sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan populasi sebagai sumber data.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik penentuan sampel *purposive sampling*. Dimana sampel (responden) dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria tertentu yaitu perempuan yang merupakan konsumen Muslim yang pernah melakukan pembelian pada produk

---

<sup>65</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenamedia Grup, 2015), hlm. 190.

<sup>66</sup> *Ibid.*, hlm. 192.



hijab Umama Scarf. Karena tidak mungkin untuk mengetahui secara pasti jumlah populasi konsumen hijab Umama Scarf di Universitas Siliwangi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya menggunakan rumus Wibisono dalam buku Ridwan dan Akdon, rumus dalam menghitung sampel populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya sebagai berikut.<sup>67</sup>

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

$n = 96$  responden (pembulatan 100)

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  = Nilai tabel Z (nilai yang di dapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan, dimana tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) 95%)

$\sigma$  = Standar deviasi populasi (0,25: sudah ketentuan)

$E$  = Tingkat kesalahan penarikan sampel (dalam penelitian ini diambil 5%)

Maka berdasarkan perhitungan diatas, didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

---

<sup>67</sup> Ridwan dan Akdon, Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik Cet-6, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 256

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data Penelitian dalam penelitian ini dilakukan teknik:

##### **1. Kuesioner**

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik yang efisien dalam menyimpulkan suatu penelitian apabila peneliti itu sendiri mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>68</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuesioner dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan secara online menggunakan media “Google Form”. Kemudian link tersebut dibagikan melalui akun media sosial kepada 100 responden yang merupakan konsumen Muslim yang pernah melakukan pembelian pada produk hijab Umama Scarf.

##### **2. Dokumentasi**

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui dokumentasi. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan transkrip, buku, surat, dokumentasi, dan sebagainya.

---

<sup>68</sup> Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta: Leutika Prio, 2016), hlm.142.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode dokumentasi dalam mendapatkan data seperti pada platform belanja *online* yaitu Shopee.

#### **E. Uji Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan pada langkah penelitian selanjutnya.<sup>69</sup> Variasi jenis instrumen penelitian adalah angket, ceklis atau daftar centang, wawancara dan pedoman pengamatan.<sup>70</sup>

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala.<sup>71</sup> Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang didasarkan pada sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*, (Purwokerto: Pena Persada, 2018), hlm. 76.

<sup>70</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 76.

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 92.

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 93.

Dengan skala likert, maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen.

**Tabel 3.5**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>No Item</b>
Durabilitas Produk ( $X_1$ )	Umur Teknis	1. Produk masih tetap bisa digunakan walaupun sudah tua/lama usianya. 2. Jangka waktu kemampuan digunakan dari produk menguntungkan secara ekonomisnya.	1,2
	Umur Ekonomis	1. Produk tahan lama meskipun dengan harga terjangkau. 2. Produk yang dihasilkan tidak tertinggal jaman.	1,2
Harga ( $X_2$ )	Keterjangkauan harga	1. Harga produk yang terjangkau. 2. Harga sesuai dengan daya beli konsumen.	1,2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga murah dengan kualitas produk yang baik. 2. Harga mahal sesuai dengan	1,2

		kualitas produk yang didapat sangat baik.	
	Daya saing harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan produk baik yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi.</li> <li>2. Harga produk lebih murah dibandingkan dengan produk yang lain.</li> </ol>	1,2
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manfaat suatu produk dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.</li> <li>2. Harga yang dibayarkan dapat memuaskan konsumen.</li> </ol>	1,2
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecermatan dalam melayani pelanggan.</li> <li>2. Standar pelayanan yang jelas.</li> <li>3. Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.</li> </ol>	1,2,3
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merespons dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.</li> </ol>	1,2,3,4

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat.</li> <li>3. Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.</li> <li>4. Semua keluhan pelanggan direspons oleh perusahaan.</li> </ol>	
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.</li> <li>2. Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan.</li> <li>3. Perusahaan memberikan jaminan legalitas.</li> </ol>	1,2,3
	Perhatian ( <i>Attention</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah-tamah.</li> <li>2. Menghargai setiap pelanggan.</li> <li>3. Mendahulukan kepentingan pelanggan.</li> <li>4. Melayani dengan tidak diskriminatif.</li> </ol>	1,2,3,4
	Bukti Langsung ( <i>Tangible</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan dalam proses pelayanan.</li> <li>2. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.</li> </ol>	1,2,3,4,5,6

		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Penampilan dalam melayani pelanggan.</li> <li>4. Kenyamanan tempat penyedia pelayanan.</li> <li>5. Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan.</li> <li>6. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.</li> </ol>	
Kepuasan Konsumen (Y)	Membeli lagi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli produk lagi ke toko yang sama.</li> <li>2. Ketertarikan untuk tetap menggunakan.</li> </ol>	1,2
	Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyarankan kepada orang lain karena produk memuaskan.</li> <li>2. Menyarankan kepada orang lain karena pelayanan memuaskan.</li> </ol>	1,2
	Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merasa puas dan bangga atas merek atau produk yang dipakainya.</li> <li>2. Kurang tertarik dengan merek produk lain.</li> </ol>	1,2

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai bentuk pernyataan berkonotasi SS, S, KS, TS, STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Predikat, Notasi, dan Nilai**

Pernyataan Positif (+)		Pernyataan Negatif (-)	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Kurang Setuju (KS)	3	Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, maka dilakukan pengujian sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk menguji keabsahan instrumen penelitian sehingga dapat digunakan sebagai alat menggali data pada saat melakukan penelitian.<sup>73</sup> Metode yang digunakan adalah dengan mengkolerasikan skor yang diperoleh dari setiap item pernyataan dengan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner.

Data item yang akan dianalisis dalam uji validitas menggunakan aplikasi SPSS 26. Teknik yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Kriteria pengujian validitas yaitu  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  berarti hasil uji r memiliki harga nilai taraf signifikan lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka variabel yang digunakan dianggap valid.<sup>74</sup>

<sup>73</sup> Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 121.

<sup>74</sup> Ulber Silalahi, Metode Penelitian Sosial Kuantitatif, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017), hlm. 478.



**Tabel 3.7**  
**Uji Validitas Durabilitas Produk (X1)**

No.	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
1.	X1.1	0,659	0,1966	Valid
2.	X1.2	0,677	0,1966	Valid
3.	X1.3	0,737	0,1966	Valid
4.	X1.4	0,689	0,1966	Valid
5.	X1.5	0,704	0,1966	Valid
6.	X1.6	0,709	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

**Tabel 3.8**  
**Uji Validitas Harga (X2)**

No.	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
1.	X2.1	0,660	0,1966	Valid
2.	X2.2	0,788	0,1966	Valid
3.	X2.3	0,765	0,1966	Valid
4.	X2.4	0,794	0,1966	Valid
5.	X2.5	0,690	0,1966	Valid
6.	X2.6	0,581	0,1966	Valid
7.	X2.7	0,786	0,1966	Valid
8.	X2.8	0,732	0,1966	Valid
9.	X2.9	0,691	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

**Tabel 3.9**  
**Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)**

No.	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
1.	X3.1	0,780	0,1966	Valid
2.	X3.2	0,597	0,1966	Valid
3.	X3.3	0,770	0,1966	Valid
4.	X3.4	0,666	0,1966	Valid
5.	X3.5	0,734	0,1966	Valid
6.	X3.6	0,768	0,1966	Valid
7.	X3.7	0,827	0,1966	Valid
8.	X3.8	0,796	0,1966	Valid
9.	X3.9	0,718	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

**Tabel 3.10**  
**Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
1.	Y.1	0,719	0,1966	Valid
2.	Y.2	0,692	0,1966	Valid
3.	Y.3	0,792	0,1966	Valid
4.	Y.4	0,802	0,1966	Valid
5.	Y.5	0,743	0,1966	Valid
6.	Y.6	0,713	0,1966	Valid
7.	Y.7	0,704	0,1966	Valid
8.	Y.8	0,711	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai rhitung untuk setiap item kuesioner pada variabel durabilitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai rhitung  $> r_{tabel}$  yaitu 0,1966. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item kuesioner pada variabel durabilitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Dalam penelitian ini, teknik

pengukuran reabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* yakni mengetahui konsistensi alat ukur instrumen. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.<sup>75</sup>

**Tabel 3.11**  
**Hasil Perhitungan Uji Reabilitas**

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Durabilitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,786	Reliabel
Harga (X <sub>2</sub> )	0,880	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,891	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,869	Reliabel

Berdasarkan Tabel di atas, hasil uji reliabilitas yang diperoleh pada setiap variabel menghasilkan nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua item kuesioner pada variabel durabilitas produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>), dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

## F. Uji Prasyarat Analisis

### 1. Uji Asumsi Dasar

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang diperuntukkan untuk menguji apakah nilai residual variabel penelitian terdistribusi secara normal atau tidak.<sup>76</sup> Dan dapat menggunakan analisis parametrik.

<sup>75</sup> *Ibid.*, hlm. 79.

<sup>76</sup> Imam Heryanto dan Totok Triwibowo, *Path Analisis Menggunakan SPSS dan EXCEL Panduan Pengolahan Data Penelitian Untuk Skripsi/Tesis*, (Bandung: Informatika, 2018), hlm. 138.

Apabila data tidak berdistribusi normal, maka tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan analisis non-parametrik. Namun, dengan menambah jumlah sampel menjadi solusi jika data tersebut tidak normal. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis normalitas yaitu:<sup>77</sup>

H<sub>0</sub>: Data berdistribusi normal

H<sub>a</sub>: Data tidak berdistribusi normal

Adapun ketentuan residual dikatakan berdistribusi normal dengan mengecek nilai residual bila nilainya  $> 0,05$  atau lebih dari 5% maka dikatakan residual berdistribusi dengan normal.<sup>78</sup>

#### **b. Uji Linearitas**

Tujuan dilakukan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linear. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linear. Adapun langkah-langkah menjawabnya adalah sebagai berikut.<sup>79</sup>

1) Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

H<sub>0</sub>: Data kelompok A dengan data kelompok B tidak berpola linear.

H<sub>a</sub>: Data kelompok A dengan data kelompok B berpola linear.

---

<sup>77</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif cet-3*, (Makassar: Bumi Aksara, 2014), hlm.153.

<sup>78</sup> Imam Heryanto dan Totok Triwibowo, *Path Analisis Menggunakan SPSS dan EXCEL Panduan Pengolahan Data Penelitian Untuk Skripsi/Tesis*, (Bandung: Informatika, 2018), hlm. 138.

<sup>79</sup> Syofian Siregar, "Statistik Parametrik Untuk penelitian kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi,17", (Makassar: Bumi Aksara, 2014), hlm. 178.

2) Menentukan risiko kesalahan

Pada tahap ini untuk menentukan seberapa besar peluang membuat resiko kesalahan dalam mengambil keputusan, dan menolak hipotesis yang benar. Biasanya dilambangkan dengan istilah yang sering disebut taraf signifikan.

3) Kriteria pengujian signifikansi

Jika  $F$  hitung  $\leq F$  tabel, maka  $H_0$  diterima

Jika  $F$  hitung  $\geq F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak

4) Menentukan nilai  $F$  hitung dan  $F$  tabel.

5) Membandingkan nilai  $F$  hitung dan  $F$  tabel.

6) Membuat keputusan apakah  $H_a$  atau  $H_0$  yang diterima.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Pedoman suatu model regresi bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance*  $> 0,10$  dan VIF yaitu  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Imam Ghozali, *Partial Least Squares Konsep*. Edisi ke dua, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), hlm. 108.

## **b. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas yaitu variasi residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual bersifat homoskedastisitas yang berarti pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Pada dasarnya pengujian heteroskedastisitas sama dengan pengujian normalitas, yaitu menggunakan pengamatan pada gambar atau scatter plot, namun sekali lagi cara ini kurang tepat karena pengambilan keputusan data memiliki gejala heteroskedastisitas atau tidak hanya berdasarkan gambar dan kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Banyak alat statistik yang digunakan untuk menduga apakah suatu model terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak, seperti *Uji Park (Park Test)*, *Uji Whit*, *Uji Glejser*.

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Deskriptif data 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.<sup>81</sup>

Deskripsi data pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan masing-masing variabel yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), kualitas

---

<sup>81</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,.....hlm.147

pelayanan ( $X_3$ ), terhadap kepuasan konsumen pada produk hijab Umama Scarf (Y).

Berikut rumus yang digunakan untuk memperoleh nilai yang dibutuhkan untuk mendeskripsikan data yaitu sebagai berikut:<sup>82</sup>

a. Mean

Teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Untuk menentukan mean dapat dihitung dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n} = \sum_{i=1}^n X_i$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rata-rata

$X_i$  = Data ke  $i$

$n$  = Banyak data

b. Median

Median adalah letak data yang membagi dua bagian yang sama atau sering juga disebut dengan nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang terkecil sampai terbesar.

$$\text{Letak posisi Me} = \frac{n+1}{2}$$

c. Modus

Modus adalah nilai yang muncul dengan frekuensi terbanyak, tetapi tidak semua himpunan bilangan memiliki modus.

---

<sup>82</sup> Edi Riadi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 61

d. Rentang Data

Rentang Data adalah selisih data terbesar dengan data terkecil dari masing-masing variabel.

$$\text{Rumus: } R = D_{\max} - D_{\min}$$

e. Standar Deviasi

Standar Deviasi adalah ukuran sebaran statistik yang mengukur bagaimana data tersebut tersebar atau rerata jarak penyimpangan titik-titik data diukur dari nilai rerata data tersebut.

## 2. Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

1)  $H_{01}$ : Kualitas Produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_{a1}$ : Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

2)  $H_{02}$ : Harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_{a2}$ : Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

3)  $H_{03}$ : Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_{a3}$ : Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

4)  $H_{04}$ : Kualitas Produk ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)



Ha<sub>4</sub>: Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Harga (X<sub>2</sub>) Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

b. Uji Hipotesis 1-4

Dalam uji hipotesis 1-4, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana bertujuan untuk menentukan hubungan antar dua variabel atau lebih. Dalam menguji validitas instrument penelitian digunakan korelasi *Product Moment* yang diolah melalui SPSS. Untuk dapat di inteprestasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:<sup>83</sup>

**Tabel 3.12**

**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

2) Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan tidak hanya mengukur derajat keeratan hubungan tetapi juga menduga besarnya arah

<sup>83</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif, dan R&D*.....hlm.184

hubungan itu serta menduga besarnya variabel dependen jika nilai variabel independen diketahui.<sup>84</sup>

### 3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengandung arti bahwa besarnya persentase varian variabel yang satu ditentukan oleh varian variabel lain.<sup>85</sup> Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengukur kontribusi X dalam memprediksi Y. Untuk itu, menghitung seberapa jauh error prediksi Y dapat diperkecil bila menggunakan informasi yang tersedia pada X.<sup>86</sup>

### 4) Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).<sup>87</sup> Taraf signifikansi uji t adalah 5%. Jika nilai signifikansi probabilitas  $t < \alpha$  0,05 maka  $H_0$  diterima maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika nilai signifikansi probabilitas  $t > \alpha$  0,05 maka  $H_0$  ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>88</sup> Dalam hal ini hubungan antara variabel

---

<sup>84</sup> Subana, Moersetyo Rahadi, dan Sudrajat, *Statistik Pendidik*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2000), hlm. 138.

<sup>85</sup> *Ibid.*, hlm. 137.

<sup>86</sup> McClave, Benson dan Sinccih, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 137.

<sup>87</sup> *Ibid.*, hlm. 161.

<sup>88</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: PT. Pustakabarupres, 2018), hlm.142.

$(X_1), (X_2), (X_3)$  terhadap variabel (Y) yang diuji melalui aplikasi SPSS 26.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$
- b) Membuat kesimpulan

Dengan Cara 1

Jika  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

Dengan cara 2

Jika  $t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  dan  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

- c. Uji Hipotesis 4

Dalam uji hipotesis 1-3, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

- 1) Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan perhitungan statistik dengan adanya korelasi dari 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel terikat (Y), fungsi dari korelasi ganda adalah untuk mencari besarnya hubungan dan kontribusi dua variabel bebas (X) atau lebih secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Jokhanan Kristiyono dan Suprihatin, *Statistika Ilmu Komunikasi Disertai Petunjuk Penggunaan Aplikasi SPSS Er. 31*, (Yogyakarta: Expert, 2019), hlm. 87.

Korelasi penelitian ini menunjukkan secara bersamaan antara variabel durabilitas produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Maka untuk mengetahui uji koefisien korelasi tersebut tinggi, sedang atau rendah perlu diinterpretasikan terlebih dahulu mengenai nilai koefisien korelasi sederhana dan nilai koefisien korelasi berganda. Untuk pengujian hipotesis ini digunakan korelasi ganda menggunakan aplikasi SPSS 26.

## 2) Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan perluasan dari regresi sederhana sebelumnya dimana terdapat satu responden variabel (*dependen*) dengan lebih dari satu *predictor variable*. Dengan kata lain, analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel dependen.<sup>90</sup>

## 3) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji f) adalah uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan di dalam suatu model. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel *independent* secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Hengky Latan, Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu Sosial dan Sains dengan Stata, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 200.

<sup>91</sup> Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, Analisis Regresi, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm.

Tujuan dari uji simultan ini adalah untuk mengetahui apakah model regresi merupakan regresi simple linear. Uji f digunakan untuk mengetahui atau menguji rasio dari dua varian.<sup>92</sup> Dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### 4) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel:  $X_1; i=1,2,3,4,..,k$ ) secara bersama-sama. Sementara itu  $r^2$  mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan presentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X).<sup>93</sup>

Maka untuk melihat berapa besar pengaruh *utilitarian shopping motivation, hedonic shopping motivation* dan *Patronage buying motive* terhadap keputusan pembelian dapat dicari dengan menggunakan koefisien determinasi yang kemudian nantinya akan diolah melalui aplikasi SPSS 26.

---

<sup>92</sup> Freddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 65.

<sup>93</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis...*, hlm.136

