

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen MINISO dan USUPSO di kota Semarang. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada MINISO dan USUPSO di kota Semarang dikarenakan MINISO dan USUPSO di Semarang yang bersaing secara langsung adalah di kota Semarang yang memiliki kedua gerai tersebut.

3.2 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian ddari peneliti.²⁷ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen MINISO dan USUPSO di kota Semarang. Besarnya populasi konsumen MINISO dan USUPSO di Kota Semarang tidak dapat diketahui jumlahnya. Hal tersebut terjadi karena Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang tidak mencatat secara khusus, bahkan MINISO dan USUPSO juga tidak memberikan catatan secara khusus, mengenai jumlah populasi konsumen di Kota Semarang.

²⁷ Augusty Ferdinand, 2014, “*Metode Penelitian Manajemen*”, Edisi 5, Semarang : Undip Press, Hal 171

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan kategori tertentu.²⁸ Pengambilan sampel dilakukan secara acak pada konsumen yang pernah berbelanja di MINISO dan USUPSO di kota Semarang

3.4 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi.²⁹ Besarnya populasi konsumen MINISO dan USUPSO di Kota Semarang tidak dapat diketahui jumlahnya. Hal tersebut terjadi karena Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang tidak mencatat secara khusus, bahkan MINISO dan USUPSO juga tidak memberikan catatan secara khusus, mengenai jumlah populasi konsumen di Kota Semarang, sehingga penentuan jumlah sampel akan menggunakan rumus Lemeshow.³⁰

$$\left[\frac{Z(1/2)\alpha}{e} \right]^2$$

²⁸ *Ibid*, Hal 179

²⁹ *Ibid*, Hal 171

³⁰ *Ibid*, Hal 173

Dimana :

$Z^{1/2}$ = Nilai dari tabel distribusi normal sampel

α = 0,05

e = error of estimate (0,2)

Berdasarkan rumus di atas sampel dapat dihitung sebagai

berikut :

$$n = \left[\frac{Z^{(1/2)(0,05)}}{0,2} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{Z^{0,025}}{0,2} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{1,96}{0,2} \right]^2 = 96,04$$

n = 96,04 dibulatkan 96

Dari perhitungan diatas, sampel yang diperoleh sebanyak minimal 96 orang responden selama periode 1 bulan April 2022.³¹

3.5 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep penelitian ini dapat ditunjukkan dari tabel sebagai berikut:

³¹ Joseph F, William C Black, Barry J Babin, dan Rolph E Anderson, 2014, "Multivariate Data Analysis", Pearson Education Limited. Harlow, Hal 10-11

Tabel 3.5

Definisi Operasional dan Indikator Pengukuran

Variabel	Indikator	Sub Indikator
Kualitas Pelayanan merupakan setiap tindakan yang bersifat menyenangkan dan memuaskan konsumen MINISO dan USUPSO dalam proses jual beli	Kehandalan (<i>Reliability</i>) ³²	ketepatan waktu pelayanan
		kemampuan menyediakan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat
		sikap simpatik
		dapat dipercaya
	Ketanggapan (<i>Responsivness</i>) ³³	kecepatan
		ketepatan dalam pelayanan yang diberikan pada pelanggan
		memberikan informasi yang diperlukan pelanggan
		tersedianya karyawan pada jam sibuk
	Keyakinan (<i>Confidence</i>) ³⁴	Pengetahuan
		kesopanan
		bebas dari bahaya, resiko dan keraguan
	Empati (<i>Empathy</i>) ³⁵	kemudahan dalam melakukan hubungan

³² Terence Shimp, *Op.Cit*, Hal 173

³³ *Ibid*, Hal 173

³⁴ *Ibid*, Hal 173

³⁵ *Ibid*, Hal 174

Variabel	Indikator	Sub Indikator
		komunikasi yang baik
		perhatian pribadi terhadap kebutuhan pelanggan
	Berwujud (<i>Tangibles</i>) ³⁶	penampilan karyawan
		tempat duduk
		kebersihan
		peralatan yang digunakan dalam pelayanan

3.6 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang didapatkan dari orang pertama.³⁷ Data primer yang dibutuhkan adalah data berupa jawaban responden penelitian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh MINISO dan USUPSO di kota Semarang kepada konsumennya melalui Google Form.

3.7 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah hasil survei kepada konsumen MINISO dan USUPSO yang pernah berbelanja di kedua outlet tersebut.

³⁶ *Ibid*, Hal 174

³⁷ *Ibid*, Hal 53

3.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Metode kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan penyebaran angket penelitian.³⁸ Untuk penyebaran kuesioner diberikan pada konsumen MINISO dan USUPSO di kota Semarang.

3.9 Metode Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan data berupa angka. Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis kedua menggunakan menggunakan uji beda (*T-test*) dengan sampel berhubungan, yang bertujuan untuk menguji apakah ada perbedaan rata-rata dua sampel yang berhubungan.³⁹

3.10 Uji Instrumen

Pengujian instrumen untuk uji coba dilakukan terhadap 35 orang responden penelitian.

3.10.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode *Item Total Correlation* yang digunakan untuk menguji *unidimensional*, validitas dan reliabilitas model

³⁸ *Ibid*, Hal 36

³⁹ Imam Ghazali, 2016, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*”, Edisi 8, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal 64

pengukuran konstruk yang tidak dapat diukur langsung. Perhitungan validitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS for Windows. Jika nilai r-hitung (r_{xy}) > r-tabel, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada *item-item* pertanyaan pada variabel penelitian adalah valid. Berdasarkan Tabel 3 di bawah ini terlihat nilai r hitung pada tiap item pernyataan pada masing-masing variabel lebih besar dari pada nilai r tabel. Kesimpulannya bahwa item pernyataan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 0.10.1
Uji Validitas

Indikator	r tabel	r hitung	Ket.
Miniso			
M1	0,2826	0,850	Valid
M2	0,2826	0,701	Valid
M3	0,2826	0,509	Valid
M4	0,2826	0,637	Valid
M5	0,2826	0,863	Valid
M6	0,2826	0,842	Valid
M7	0,2826	0,693	Valid
M8	0,2826	0,521	Valid
M9	0,2826	0,713	Valid
M10	0,2826	0,765	Valid
M11	0,2826	0,524	Valid
M12	0,2826	0,686	Valid
M13	0,2826	0,588	Valid
M14	0,2826	0,777	Valid
M15	0,2826	0,539	Valid
M16	0,2826	0,765	Valid
M17	0,2826	0,713	Valid
Usupso			
US1	0,2826	0,869	Valid
US2	0,2826	0,664	Valid
US3	0,2826	0,596	Valid

Indikator	r tabel	r hitung	Ket.
US4	0,2826	0,638	Valid
US5	0,2826	0,814	Valid
US6	0,2826	0,786	Valid
US7	0,2826	0,835	Valid
US8	0,2826	0,718	Valid
US9	0,2826	0,742	Valid
US10	0,2826	0,860	Valid
US11	0,2826	0,872	Valid
US12	0,2826	0,810	Valid
US13	0,2826	0,703	Valid
US14	0,2826	0,804	Valid
US15	0,2826	0,372	Valid
US16	0,2826	0,827	Valid
US17	0,2826	0,880	Valid

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah pengujian untuk menunjukkan seberapa konsisten dan stabilnya suatu instrumen atau alat ukur penelitian dalam mengukur konsep yang diteliti. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab *item* instrumen penelitian. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS. Berdasarkan pengujian reliabilitas jika diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Cronbach Alpha (α) dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,6, maka semua variabel pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 3.10.2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Nilai Standarisasi	Ket.
1	Miniso	0,938	0,600	Reliabel
2	Usupso	0,958	0,600	Reliabel

3.11 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan awal atau dugaan sementara.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. Ho: Tidak terdapat perbedaan antara persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Miniso dan Usupso
- b. Ha: Terdapat perbedaan antara persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Miniso dan Usupso

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini pertimbangan yang dilakukan, sebagai berikut: ⁴⁰

- a. Jika Probabilitas $< 0,05$, maka H0 ditolak artinya terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Miniso dan Usupso.
- b. Jika Probabilitas $> 0,05$, maka H0 tidak dapat ditolak artinya terdapat kesamaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Miniso dan Usupso.

Dalam menggunakan uji beda (*T-test*), standar error perbedaaan dalam nilai rata-rata harus terdistribusi normal.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini menggunakan uji

⁴⁰ *Ibid*, Hal 64

normalitas Kolmogorov-Smirnov Test. Apabila data tidak terdistribusi normal maka digunakan uji non parametric yaitu uji Rank Wilcoxon.

