

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, yaitu dimana data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.¹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Survey adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dengan menggunakan kuisisioner sebagai salah satu alat penggalan data. Tujuan dari metode ini yaitu untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi.

B. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

1. Definisi Variabel

a) Kualias Produk (X_1)

Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukuran yang telah ditetapkan, semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas². Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini ialah, kinerja (*Performance*), Keragaman Produk (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 7

² Hani T Handoko, *Manajemen; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas* (Yogyakarta: BPFE, 2013), hlm. 23

(*conformance*), Daya tahan/Ketahanan (*Durability*), Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), Estetika (*Esthetic*) dan Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

b) Harga (X_2)

Harga adalah sejumlah uang ditambah beberapa produk kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.³ Indikator yang mencirikan harga yaitu, Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat.

c) Kualitas Pelayanan (X_3)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁴ Ada lima indikator kualitas pelayanan yang harus dipenuhi yaitu, Bukti Fisik (*Tangibles*), Empati (*Emphaty*), Keandalan (*Reliability*), Cepat tanggap (*Responsiveness*) dan Jaminan (*Assurance*).

d) Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁵

³ Dita Amanah “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan” (*Jurnal Keuangan & Bisnis Vol 2 No.1, 2010*),71

⁴ Ahmad Khusaini “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta” (*Jurnal Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Yogyakarta, 2016*), hlm. 12

⁵ Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Sidoarjo: CV. Cahaya Intan XII, 2014), 41-42

Adapun indikator kepuasan pelanggan, yaitu, perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

2. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Produk (X ₁)	Persepsi konsumen mengenai produk yang mereka beli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Keistimewaan Tambahan 3. Keandalan 4. Kesesuaian spesifikasi 5. Daya tahan 6. Kemampuan memperbaiki 7. Estetika 8. Persepsi Kualitas Produk (Fandy Tjiptono)
Harga (X ₂)	Kesediaan konsumen untuk membayar sejumlah uang untuk mendapatkan sesuatu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Armstrong)
Kualitas Pelayanan (X ₃)	Segala aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> / bukti fisik 2. <i>Reliability</i>/ keandalan 3. <i>Responsiveness</i>/ daya tanggap 4. <i>Assurance</i> / jaminan 5. <i>Emphaty</i> / empati (Zaithaml, et. All)

Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang didapatkan	1) Melakukan pembelian ulang 2) Merekomendasikan produk jasa kepada orang lain 3) Kebutuhan konsumen terpenuhi 4) Membandingkan kualitas produk dengan produk perusahaan lain (Kotler dan Armstrong)
------------------------	--------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji.⁶ Sedangkan menurut Arikunto menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁷ Populasi dapat dibedakan menjadi 2 antara lain :⁸

- a) Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya.
- b) Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya.

Pada penelitian ini penulis menggunakan populasi tidak terhingga, karena jumlah populasi tidak diketahui dan merupakan kerahasiaan

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 122

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 173

⁸ *Ibid*, hlm. 173

perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah rata – rata pelanggan Vania Store Hijab Tasikmalaya dari Bulan Juli sampai Desember 2020.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁹

Teknik sampling terdiri dari dua macam, *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *nonprobability sampling* dengan teknik aksidental sampling. Sampel aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹⁰ Oleh karena populasi tidak diketahui, menurut Riduwan maka pengambilan sampel

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 123

¹⁰ *Ibid*, hlm. 123

dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:¹¹

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2, n = \left(\frac{1,96}{0,20} \right)^2 = 96,04$$

$n = 97$ responden

Keterangan:

n = Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standart luar normal standart bagaimana tingkat kepercayaan 95%

e = Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20% atau 0,20 (*error of estimasi*)

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *accidental sampling*, dimana unit sampling dipilih berdasarkan ketersediaannya. Alasan peneliti menggunakan teknik sampling tersebut adalah peneliti hanya akan meneliti dan mengambil data berdasarkan responden yang membeli pada saat dilakukan kegiatan penelitian secara langsung.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data pada penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dengan :

¹¹ Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 66

1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 kategori jawaban pada variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan yaitu :

Tabel 3.2

Skala Instrumen Variabel X

Sangat Setuju	Skor 5
Setuju	Skor 4
Netral	Skor 3
Tidak Setuju	Skor 2
Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sedangkan kategori jawaban pada variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.3

Skala Instrumen Variabel Y

Sangat Puas	Skor 5
Puas	Skor 4
Cukup Puas	Skor 3
Kurang Puas	Skor 2
Sangat Tidak Puas	Skor 1

Penyebaran kuisisioner dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara. Pertama, penyebaran kuisisioner dilakukan secara manual dengan menggunakan kuisisioner yang sudah dicetak dan diserahkan secara langsung kepada responden. Kedua, penyebaran kuisisioner dilakukan secara online dengan menggunakan *google form* melalui aplikasi

whatsapp.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya – jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi – informasi atau keterangan – keterangan.¹²

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam penelitian ini wawancara yang digunakan oleh penulis adalah wawancara terstruktur, dimana proses wawancara dilakukan dengan menggunakan instrumen pedoman wawancara tertulis yang berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada manajer Vania Store Hijab Tasikmalaya.¹³ Wawancara ini berisi tentang materi-materi yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.

E. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk menguji keabsahan instrumen penelitian sehingga dapat digunakan untuk alat menggali data pada saat melakukan penelitian.¹⁴

Metode yang digunakan yaitu dengan mengkolerasikan skor yang diperoleh dari setiap item dengan skor total setiap atribut. Teknik kolerasi yang digunakan yaitu *pearson product moment correlation* :

¹² Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset,2010).,hlm.83.

¹³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, h. 162

¹⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm. 46

$$r_{xy} : r_{xy} : r_{xy} : r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r : koefisien kolerasi antara item (x) dengan skor total (y)
 N : banyaknya responden
 X : skor yang diperoleh dari seluruh item
 Y : jumlah skor nilai yang diperoleh dari seluruh item
 $\sum XY$: jumlah perkalian X dan Y
 $\sum X^2$: jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$: jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Pada perhitungan uji validasi X_1 , X_2 , X_3 , dan Y tersebut, akan dilakukan dengan bantuan SPSS dalam versi 23. Adapun kriteria dalam penilaian uji validasi yaitu :

- 1) Apabila r hitung $>$ r table (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut bersifat valid.
- 2) Apabila r hitung $<$ r table (pada taraf signifikansi 0.05), maka dapat dinyatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.¹⁵

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Oleh sebab itu, untuk mengetahui hasil pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran sangat perlu diperhitungkan. Pengujian reliabilitas terhadap seleuruh item atau pernyataan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*.

¹⁵ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009), hlm. 110

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} : reliabilitas instrumen
 k : banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma^2$: jumlah butir pertanyaan
 σ^2 : varians total

Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel ketika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.¹⁶ Perhitungan data tersebut akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data-data yang didapatkan dari tiap variabel yang dianalisis mengikuti pola sebaran atau tidak. Sedangkan menurut imam, tujuan dari uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah data peneliti yang diperoleh berkontribusi normal atau mendekati normal. Uji ini dapat dilakukan dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*. Ketika nilai probabilitas > 0,05 maka data dinyatakan normal dan begitupula sebaliknya.¹⁷

b. Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui linear tidaknya hubungan antar variabel penelitian. Jika nilai signifikasn > 0,05 maka dapat

¹⁶ *Ibid*, hlm. 112

¹⁷ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 13

dinyatakan terdapat hubungan yang linear antara masing-masing variabel.⁵³

c. Uji Multikolinieritas

Uji digunakan dalam menghitung koefisien kolerasi ganda serta membandingkan dengan koefisien kolerasi ganda serta membandingkan dengan koefisien kolerasi antar variabel bebas. Selain itu, uji ini juga digunakan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan atau nilai Tolerance $> 0,1$ maka kesimpulannya tidak terdapat masalah multikolinieritas, begitu juga sebaliknya.¹⁸

d. Uji Heteroskedastitas

Fungsi dari uji ini adalah untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi linear. Jika tetap, maka disebut dengan Heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas yaitu menggunakan Uji Glesjer. Uji ini mengusulkan untuk meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel independen.¹⁹

2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, arahnya dinyatakan dalam bentuk

¹⁸ *Ibid*, hlm. 98

¹⁹ *Ibid*, hlm. 103

hubungan positif atau negative, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel-variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara parsial dengan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Maka dari itu penulis menggunakan rumusan korelasi *pearson product moment*, rumusan korelasinya adalah sebagai berikut:²⁰

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *pearson*

X_i = Variabel Independen (kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan)

Y_i = Variabel Dependen (kepuasan pelanggan)

n = banyak sampel yang diteliti

Koefisien korelasi r menunjukkan derajat korelasi antara variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu:

- 1) Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 112

nilai- nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.

- 2) Tanda negative menunjukkan adanya korelasi negative antara variabel- variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai- nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
- 3) Jika $r=0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut:

Tabel 3.4
Kategori Koefisien Korelasi²¹

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

b. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi ganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) secara bersama – sama. Koefisien tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:²²

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 242

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 273

$$R^2 = \sqrt{\frac{r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 - r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 + r_{x1x2}}{1 - r_{x1x2}^2}}$$

Keterangan:

R^2_{yx1x2} = Korelasi antara variabel X_1 dan X_2 secara bersamaan sama dengan variabel Y

r_{yx1} = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan Y

r_{yx2} = Korelasi *product moment* antara X_2 dengan Y

r_{x1x2} = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan X_2

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan Umum regresi linier sederhana adalah :²³

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam Variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

²³ *Ibid*, hlm. 274

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2²⁴.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan persamaan regresi linear berganda karena variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu. Hubungan antara variabel dependen dan variabel independen diuji

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

α	= konstanta
$\beta_1, 2, 3$	= koefisien regresi
Y	= Kepuasan Pelanggan
X_1	= Kualitas Produk
X_2	= Harga
X_3	= Kualitas Pelayanan
ε	= error

e. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, dengan melihat derajat signifikansi yakni 0,05. H_0 diterima jika nilai signifikan $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel dan H_0 ditolak jika nilai

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 274

signifikan $>0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$.

Sesuai dengan tujuan dari penelitian, dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah:

H_{O1} : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

H_{a1} : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

H_{O2} : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

H_{O3} : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

H_{a3} : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

f. Uji F

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut H_0 diterima jika nilai signifikan $<0,05$ atau $F_{hitung} > F_{table}$

dan H_0 ditolak jika nilai signifikan $0,05$ atau F hitung $> F$ tabel.²⁵

Sesuai dengan tujuan dari penelitian, dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah:

H_0 : Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

H_a : Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Vania Store Hijab Tasikmalaya.

g. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien ini pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam merangkan variasi variabel dependen. Jika R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.²⁶

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari bulan Januari sampai dengan Juni 2021. Untuk lebih jelas dapat dilihat sebagai berikut :

²⁵ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 122

²⁶ *Ibid*, hlm. 98

Tabel 3.5
Waktu Penelitian

No	Jadwal Dan Jenis Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Usulan Penelitian	■	■																						
2	a. Penyusunan Usulan Penelitian	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
3	b. Seminar Usulan Penelitian												■												
4	Pelaksanaan Penelitian													■	■	■	■								
5	a. Pengumpulan Data													■	■	■	■								
6	b. Mengorganisasikan dan mendeskripsikan data															■	■	■	■	■	■				
7	c. Penganalisaan data															■	■	■	■	■	■				
8	Pelaporan																			■	■	■	■		
9	a. Penyusunan Laporan																			■	■	■	■		
10	b. Laporan Hasil Skripsi																			■	■	■	■		
12	Sidang Skripsi																							■	

2. Tempat Penelitian

Dalam rangka melakukan penelitian untuk mencari dan memperoleh data yang diperlukan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan izin penelitian di Vania Store Hijab Tasikmalaya yang beralamat di Perum Kotabaru Cibeureum Kota Tasikmalaya.