

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan tertentu yang berkaitan pada suatu hak objektif, valid dan reliable mengenai suatu hal atau variabel tertentu (Sugiyono, 2013). Adapun sasaran atau objek yang dipilih pada penelitian ini yaitu Bisnis Cansee yang berlokasi di Kabupaten Ciamis, merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa desain grafis canva didirikan pada tahun 2021.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, data yang diperoleh akan berupa data yang valid yang dapat dibuktikan validitasnya (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode kuantitatif adalah salah satu yang mengevaluasi populasi pada umumnya atau sampel tertentu, menggunakan alat pengumpulan data untuk mengumpulkan informasi dan analisis statistik untuk mengidentifikasi dan menafsirkan hipotesis yang ada (Sugiyono, 2018). Pendekatan deskriptif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik variabel atau fenomena yang diteliti dengan cara mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau angka, dan kemudian menganalisisnya secara kuantitatif atau kualitatif (Sugiyono, 2018). Sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk melakukan uji hipotesis dari hasil penelitian deskriptif dengan menggunakan perhitungan statistika, sehingga diperoleh pembuktian yang menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima atau ditolak.

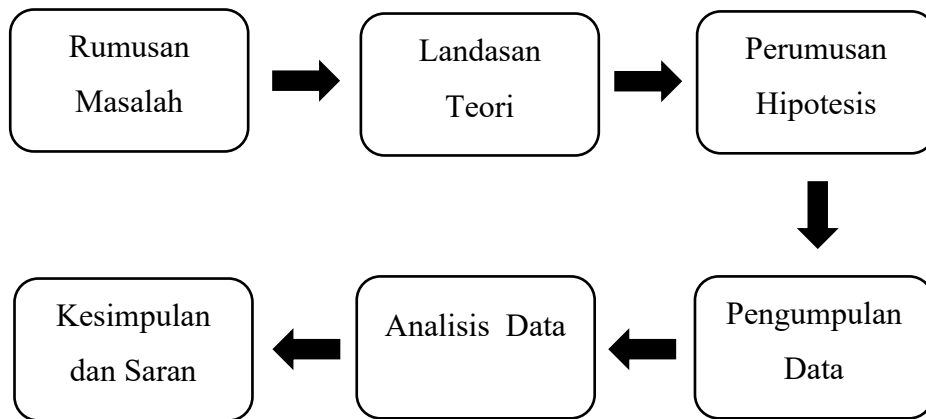
3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rancangan atau susunan langkah-langkah yang akan diikuti dalam melakukan penelitian, yang mencakup pemilihan metode, instrumen, dan teknik pengumpulan data, serta analisis data dan interpretasi hasil (Sugiyono, 2013). Dengan adanya desain penelitian ini membuat peneliti memiliki pedoman dan arah yang jelas ketika melakukan kegiatan penelitian.

Syifa Khalida, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JASA DESAIN GRAFIS CANVA PADA PERUSAHAAN BISNIS CANSEE DI CIAMIS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut Sugiyono (2013), proses dalam penelitian kuantitatif yakni sebagai berikut:



Gambar 3.1 Proses Penelitian Kuantitatif

1. Merumuskan Masalah

Dalam penelitian kuantitatif, masalah yang dibawa harus jelas, lalu setelah diidentifikasi dan dibatasi, maka selanjutnya masalah tersebut dirumuskan. Rumusan masalah pada umumnya dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dengan pertanyaan ini maka akan dapat memandu peneliti untuk kegiatan penelitian selanjutnya. Rumusan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan volume penjualan jasa desain grafis canva pada perusahaan bisnis Cansee di Ciamis?”, dan “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap volume penjualan jasa desain grafis canva pada perusahaan bisnis Cansee di Ciamis?”.

2. Landasan Teori

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti menggunakan berbagai teori untuk berusaha menjawabnya. Teori tersebut kemudian digunakan sebagai landasan atau dasar untuk menjawab rumusan masalah penelitian tersebut.

3. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Hipotesis yang masih merupakan jawaban sementara tersebut, selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata. Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah adanya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap volume penjualan (Y) perusahaan bisnis Cansee.

4. Pengumpulan Data

Selanjutnya peneliti melakukan pengumpulan data yang dilakukan pada populasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Untuk dapat melakukan pencarian data secara teliti dan akurat. Maka membutuhkan instrumen penelitian yang dapat dipahami sebagai alat untuk mengukur variabel pada suatu penelitian. Agar instrumen penelitian dapat dipercaya, maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah teruji maka instrumen dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah ditetapkan. Instrumen untuk pengumpulan data dapat berbentuk tes dan non-tes. Untuk instrumen yang berbentuk non-tes, dapat digunakan sebagai kuesioner, pedoman observasi dan wawancara. Dengan demikian teknik pengumpulan data selain berupa tes dalam penelitian ini dapat berupa kuesioner, obeservasi dan wawancara.

5. Analisis Data

Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis yang mengarah pada jawaban terkait dengan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik, yang dimana statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif. Data dari hasil analisis selanjutnya dapat disajikan lalu dilakukan pembahasan. Penyajian data dapat menggunakan tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, diagram lingkaran, dan piktogram. Pembahasan terhadap hasil dari penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan.

6. Kesimpulan dan Saran

Setelah dilakukan pembahasan, maka selanjutnya dapat diperoleh kesimpulan. Kesimpulan berisi jawaban singkat terhadap setiap rumusan masalah penelitian berdasarkan data yang telah terkumpul. Jadi kalau rumusan masalah ada tiga maka kesimpulannya juga ada tiga. Tujuan dalam melakukan penelitian adalah untuk memecahkan masalah, maka peneliti berkewajiban untuk memberikan saran-saran. Melalui saran tersebut diharapkan masalah dapat terselesaikan. Saran yang diberikan harus berdasar pada kesimpulan.

3.3 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah sebuah definisi berdasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apapun yang di definisikan atau mengubah konsep dengan kata-kata yang menguraikan perilaku yang dapat diamati dan dapat diuji serta ditentukan kebenarannya oleh seseorang. Penelitian ini mempunyai dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau penyebab perubahan variabel terikat. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas di antaranya, kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2). Sedangkan variabel terikat atau variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu volume penjualan (Y). Operasionalisasi variabel adalah penjelasan mengenai variabel penelitian, dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Pengukuran melalui tabel operasional variabel ini bertujuan untuk menjabarkan setiap variabel yang ada agar mempermudah dalam memahami gambaran dari variabel yang digunakan.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Bukti Fisik	• Kualitas visual dan estetika fasilitas	1. Kemampuan perusahaan menyediakan fasilitas yang	Ordinal

		mencapai standar visual dan estetika
	<ul style="list-style-type: none"> • Peralatan yang lengkap 	2. Kemampuan perusahaan menyediakan peralatan yang lengkap
	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan informasi yang jelas 	3. Kemampuan perusahaan menyediakan informasi yang jelas
2. Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan sesuai janji 	4. Kemampuan perusahaan menyediakan pelayanan akurat dan terpercaya
	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan sama tanpa kesalahan 	5. Kemampuan perusahaan menyediakan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan
	<ul style="list-style-type: none"> • Keandalan dalam 	6. Kemampuan

	penanganan masalah layanan.	perusahaan memberikan penanganan masalah layanan secara handal
3. Daya Tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan cepat • Menyelesaikan keluhan • Penyampaian informasi 	<p>7. Kemampuan perusahaan menyediakan pelayanan yang cepat dan akurat</p> <p>8. Kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan keluhan pelanggan secara tepat</p> <p>9. Kemampuan perusahaan dalam menyampaikan informasi secara jelas</p>
4. Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian dan kesopanan 	<p>10. Kemampuan untuk memberikan perhatian dan kesopanan</p>

-
- Keterampilan dalam memberi informasi

11. Kemampuan dalam memberi informasi kepada pelanggan
 - Rasa aman

12. Kemampuan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan pelanggan untuk merasa aman
 - Menanamkan kepercayaan

13. Kemampuan untuk menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan
 - Perlakuan berkualitas

14. Kemampuan untuk memberikan perlakuan yang berkualitas kepada pelanggan
-

5. Empati

- Pengetahuan perusahaan 15. Kemampuan pengetahuan perusahaan terhadap jasa secara tepat
 - Perhatian tulus 16. Kemampuan memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan
 - Kebutuhan pelanggan 17. Kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan
 - Kemudahan menghubungi perusahaan 18. Kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan
 - Pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan 19. Kemampuan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan
 - Komunikasi perusahaan 20. Kemampuan perusahaan untuk menjalin
-

				komunikasi dengan pelanggan	
Kepuasan Pelanggan (X2)	1. Kesesuaian Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan konsumen tercapai • Jasa memenuhi harapan pelanggan • Memahami harapan pelanggan • Pelayanan sesuai harapan 	21. Kemampuan perusahaan untuk memastikan kesesuaian dan ketercapaian kepuasan konsumen		Ordinal
			22. Kesesuaian harapan pada jasa yang disediakan perusahaan		
			23. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan		
			24. Kesesuaian harapan pada pelayanan yang diperoleh pelanggan sesuai		

	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas sesuai harapan 	harapan
		25. Kesesuaian harapan pada fasilitas yang diperoleh pelanggan sesuai harapan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Keyakinan pelanggan 	26. Keyakinan pelanggan akan produk atau jasa sesuai dengan harapan
2. Minat Berkunjung Kembali	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan kembali jasa 	27. Ketersediaan pelanggan untuk menggunakan kembali jasa perusahaan
	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan mengunjungi kembali 	28. Ketersediaan pelanggan untuk mengunjungi kembali perusahaan
	<ul style="list-style-type: none"> • Tetap menjadi pelanggan 	29. Ketersediaan untuk menjadi pelanggan tetap perusahaan
	<ul style="list-style-type: none"> • Loyalitas terbangun 	30. Kemampuan perusahaan

		untuk membangun loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang
	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kepuasan 	31. Kemampuan perusahaan meningkatkan kepuasan kepada setiap pelanggan
	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan tingkat kepuasan 	32. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan
3. Kesiediaan Merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiediaan karena pelayanan 	33. Kesiediaan pelanggan menyarankan teman atau rekan karena pelayanan yang diterima memuaskan
	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiediaan karena fasilitas penunjang 	34. Kesiediaan pelanggan untuk menyarankan teman atau rekan karena fasilitas penunjang memadai
	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiediaan karena manfaat 	

				35. Kesiediaan pelanggan untuk menyarankan teman atau rekan karena manfaat sesuai harapan	
Volume penjualan (Y)	1. Mencapai target volume penjualan	<ul style="list-style-type: none"> Riwayat volume penjualan Jumlah barang atau jasa terjual Jumlah unit produk atau jasa yang berhasil terjual 	36. Kemampuan perusahaan untuk menetapkan target yang realistis untuk mencapai pertumbuhan volume penjualan	Ordinal	
			37. Kemampuan perusahaan dalam mengukur dan mengarahkan upaya penjualan untuk mencapai jumlah penjualan yang diinginkan.		
			38. Kemampuan perusahaan dalam memantau dan membandingkan jumlah unit produk atau jasa yang terjual dengan		

		target yang telah ditetapkan
2. Mendapatkan laba	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan laba • Pendapatan bersih 	<p>39. Kemampuan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan laba yang berkelanjutan</p> <p>40. Kemampuan perusahaan untuk mencapai laba yang optimal dengan meningkatkan penjualan</p>
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan volume penjualan • Pemanfaatan aset yang efektif 	<p>41. Kemampuan perusahaan dalam mencapai peningkatan volume penjualan</p> <p>42. Kemampuan perusahaan untuk mengelola aset dengan baik dan mengoptimalkan penggunaannya.</p>

3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini

Syifa Khalida, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JASA DESAIN GRAFIS CANVA PADA PERUSAHAAN BISNIS CANSEE DI CIAMIS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

merupakan data primer yaitu data yang dihasilkan dan diperoleh langsung melalui hasil wawancara dengan informan maupun observasi dan kuesioner (Sugiyono, 2013).

Data sekunder menurut Sugiyono (2013), merupakan data yang diperoleh peneliti tidak secara langsung dari catatan buku, artikel, dan berbagai informasi dari literatur dan penelitian ilmiah lainnya yang dibutuhkan sebagai tambahan dari pihak yang telah ada sebelumnya, sehingga tidak mengumpulkan data secara langsung terhadap objek yang diteliti.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dan bertujuan untuk mendapatkan data pada penelitian. Metode pengumpulan data tersebut dapat dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi (Sugiyono, 2013). Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini.

1. Studi kepustakaan yaitu untuk mengumpulkan data dan informasi yang mungkin diperlukan dalam penelitian seperti penelitian, penelusuran, review, dan evaluasi literatur di jurnal resmi, buku dan buletin didukung oleh penggunaan internet untuk memperoleh bahan penelitian sebagai landasan teori.
2. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Pada tahap observasi peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi cansee saat bertransaksi dengan konsumen.
3. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari responden yang terkait dengan memberikan pertanyaan yang telah ditentukan peneliti.
4. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengetahui secara pasti variabel yang diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu kuesioner yang memberikan jawaban tanggapan

Syifa Khalida, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JASA DESAIN GRAFIS CANVA PADA PERUSAHAAN BISNIS CANSEE DI CIAMIS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diberikan dalam skala yang skalanya valid untuk setiap pilihan, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon lima titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat tidak. Alat ukur yang digunakan adalah butir-butir pertanyaan yang dianggap sebagai indikator dari perilaku tertentu misalnya pengetahuan atau sikap. Berikut merupakan bobot skala likert.

Tabel 3.2 Bobot Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2013)

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Abdussamad (2021) menyebutkan bahwa populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk di teliti. Berdasarkan hasil wawancara dari *Owner* bisnis Cansee, beliau mengatakan bahwa jumlah pelanggan jasa desain grafis bisnis Cansee sebanyak 70 orang. Sehingga populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan jasa desain grafis bisnis Cansee yang berjumlah 70 orang.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian (Abdussamad,2021). Dengan demikian sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai "wakil" dari para anggota populasi. Jadi, berdasarkan jumlah populasi terdapat 70 orang sampel yang pernah menjadi pelanggan jasa desain grafis bisnis Cansee.

Syifa Khalida, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JASA DESAIN GRAFIS CANVA PADA PERUSAHAAN BISNIS CANSEE DI CIAMIS
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik pemilihan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Namun sering dilakukan bila jumlah kurang dari 30 orang, populasi relatif kecil atau penelitian yang ingin membentuk generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Kata lain sampel jenuh yaitu sensus, semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2018).

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan tiga cara (Ghozali, 2016). Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki sumbangan yang besar terhadap skor total. Dengan kata lain mempunyai validitas yang tinggi jika skor pada butir mempunyai kesejajaran dengan skor total. Kesejajaran ini dapat diartikan dengan korelasi, sehingga untuk mengetahui validitas butir digunakan rumus korelasi *product moment*. Rumus korelasi *product moment* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

X = Skor yang diperoleh dalam item X

Syifa Khalida, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JASA DESAIN GRAFIS CANVA PADA PERUSAHAAN BISNIS CANSEE DI CIAMIS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item Y

X^2 = Kuadrat X

Y^2 = Kuadrat Y

N = Jumlah Sampel

Berikut pedoman untuk menentukan valid tidaknya item tersebut:

1. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikan 5% maka item dikatakan valid.
2. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel dengan taraf signifikan 5% maka item dikatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah ketetapan alat ukur tersebut dalam mengukur apa yang hendak diukur, artinya kapanpun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2013).

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel apabila masing-masing pertanyaan dijawab dengan konsisten atau jawaban tidak boleh diacak karena masing-masing pertanyaan akan mengukur hal yang sama. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran yang dilakukan hanya sekali yang kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dari pertanyaan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.7.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018) menyebutkan bahwa statistik deskriptif adalah statistik 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. Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

- Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang. Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang atau tinggi.
- Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, poligon, ogive, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel dan diagram lambang.
- Penghitungan ukuran tendensi sentral (rata-rata, median, modus).
- Penghitungan ukuran letak (kuartil, desil, dan persentil).
- Penghitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, *varians*, *range*, *deviasi kuartil*, *mean deviasi*).

Menurut Sugiyono (2018) menyebutkan bahwa statistik deskriptif adalah statistik 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.

Pada penelitian ini analisis statistik deskriptif ditujukan untuk dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan volume penjualan pada perusahaan bisnis Cansee.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2013) asumsi klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedesitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat mengetahui model regresi variable terikat dan variable bebas apakah berdistribusi normal atau tidak (Pramesti dkk,

2016). Pada penelitian ini akan diterapkan pada variabel uji normalitas menggunakan pendekatan histogram, P-Plot dan Kolmogorov-Smirnov (*analisis explore*) untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear sederhana. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Ghozali, 2016). Uji multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi linier sederhana tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. Nilai umum yang biasa dipakai adalah $\text{tolerance value} < 0,1$ atau $\text{VIF} > 10$ maka terjadi multikolinearitas, jika nilai $\text{tolerance value} \geq 0,1$ atau $\text{VIF} \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) pada model regresi.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi adanya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusannya:

1. Nilai Sig > 0.05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Nilai Sig < 0.05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Analisis Regresi Berganda (R²)

Menurut Ghozali (2016) metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel bebas maupun satu variabel bebas. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui keterikatan antar variabel bebas dan terikat. Persamaan statistik dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan :

Y : Nilai yang diprediksikan

α : Konstanta

bX₁: Koefisien regresi variabel X₁

Bx₂: Koefisien regresi variabel X₂

X₂ e : Error

3.7.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan pada penelitian untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel volume penjualan, untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, yang diuji pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%. Jika nilai *probability* t lebih kecil dari 0,05 maka variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap variabel volume penjualan (Ghozali, 2016). Kriteria pengambilan keputusan hasil t-hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Syifa Khalida, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JASA DESAIN GRAFIS CANVA PADA PERUSAHAAN BISNIS CANSEE DI CIAMIS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 1) Jika nilai sig. < 0,05, maka hipotesis diterima (positif). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel volume penjualan secara parsial.
- 2) Jika nilai sig. > 0,05, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

3.7.3.3 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linier berganda. Kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai F tersebut ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan jika nilai signifikan < (α) 0,05. Menunjukkan bahwa model regresi yang dihasilkan diterima untuk digunakan sebagai analisis selanjutnya dan jika nilai signifikan > (α) 0,05. Menunjukkan bahwa model regresi yang dihasilkan ditolak untuk digunakan sebagai analisis selanjutnya.

Pengujian ini menggunakan uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh dari variabel X_1 (kualitas pelayanan), dan X_2 (kepuasan pelanggan), Y (volume penjualan).

$H_a : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh dari variabel X_1 (kualitas pelayanan), dan X_2 (kepuasan pelanggan), Y (volume penjualan).

Kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian dilakukan uji signifikan koefisien berganda dengan taraf signifikan 5%.

3.7.3.4 Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016) uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Menurut Ghazali (2016) analisis koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara

0 sampai 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variabel-variabel *dependent* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel *dependent*. Dalam penelitian ini analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X1), kepuasan pelanggan (X2) hingga dapat mempengaruhi volume penjualan (Y) yang dinyatakan dengan presentasi, dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Determinasi