

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini membahas tentang perilaku konsumen dalam merasakan kepuasan saat berbelanja di 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan, harga dan promosi merupakan variabel bebas (independen) dan kepuasan konsumen merupakan variabel terikat (dependen). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

#### **B. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan bentuk penelitian ini yang digunakan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif penelitian adalah penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-sebab akibat antar variabel dalam penelitian desain ini umumnya hubungan sebab akibat tersebut sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klarifikasi antar variabel penyebab dan variabel terikat.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2014) Hal 11

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Jenis data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner sebagai instrumen penelitian.<sup>62</sup>

### **2. Sumber Data**

Pada penelitian ini yang menjadi sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung pada subyek sebagai sumber informasi untuk data yang dicari Menurut Jubilee<sup>63</sup> data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memerhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.

## **D. Metode Penentuan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik

---

<sup>62</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2014) Hal 88

<sup>63</sup>Jubilee Enterprise, *SPSS*, (Bandung: Elex Media, 2018) Hal.176

kesimpulan.<sup>64</sup> Populasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau.

Populasi merupakan kumpulan data yang mengidentifikasi fenomena. Populasi dengan jumlah tertentu disebut populasi finit sedangkan populasi yang memiliki jumlah tak terhingga disebut populasi infnit. Populasi adalah gabungan seluruh elemen atau suatu objek yang memiliki informasi yang akan dicari oleh peneliti. Dengan demikian, sekumpulan orang merupakan objek dari populasi tersebut atau karakteristik dan sifat termasuk dalam objek populasi<sup>65</sup>.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. sampel merupakan sekumpulan data yang diambil dari populasi.<sup>66</sup>

Dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, et al. Rumus Hair di gunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum

---

<sup>64</sup> V.Wiranta Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT PUSTAKA BARU, 2014) Hal. 65

<sup>65</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.12

<sup>66</sup> Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.14

adalah 5-10 kali variabel yang dianalisa atau indikator<sup>67</sup>. Indikator dari penulis berjumlah 17, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 17 \times 5 \\ &= 85 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 85 responden yang berasal dari konsumen 212 Mart di kota lubuklinggau.

teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* yaitu teknik sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama setiap unsur atau populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu dengan metode *sampling incidental* karena teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah, konsumen/pelanggan Koperasi Syariah 212 Mart lubuklinggau taba jemekeh. Konsumen/pelanggan yang dimaksud ialah laki-laki dan perempuan yang beragama Islam yang pernah berbelanja di Koperasi Syariah 212 Mart Taba Jemekeh.

---

<sup>67</sup>Deny Danar Rahayu, "Pengaruh Iklan Dengan Epic Model Pada Media Televisi Terhadap Sikap Penonton (Studi Kasus Pada Iklan minuman Isotonik Fatigon Hydro Versi "macet" Di Kota Pekanbaru)", *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, Vol.2 No.6, Juli 2012

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.<sup>68</sup> Responden dalam penelitian ini adalah kosumen yang berbelanja di 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau.

### **F. Skala Pengukuran**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengukuran hasil kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena<sup>69</sup>. Dengan skala likert, maka variabel penelitian dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kesiediaan indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

---

<sup>68</sup> V. Wiranta Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT PUSTAKA BARU, 2014) Hal 75

<sup>69</sup> Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian* (Yogyakarta : CAPS, 2014), hlm ; 102

## **G. Variabel-Variabel Penelitian**

Variabel penelitian menurut Sugiyono<sup>70</sup> adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulanya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

### **1. Variabel Bebas (independen)**

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu : Kualitas Pelayanan(X1), Harga(X2), Promosi(X3).

### **2. Variabel Terikat**

Variabel terikat (Dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>71</sup> dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y).

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014) Hal 59

<sup>71</sup> V.Wiranta Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT PUSTAKA BARU, 2014) Hal.

## H. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisa.<sup>72</sup>

Definisi operasional variabel/konstruk dengan cara memberi arti atau menspesifikasikan kejelasan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.<sup>73</sup>

**Table 3.2**

### Definsi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Jenis Data
Kualitas pelayanan (X1)	kualitas pelayanan itu meliputi kemampuan karyawan atas pelayanan secara tepat,keramahan-tamahan perhatiandan kesopanan,keterampilan dalam memberikan informasi. <sup>74</sup>	a. Keandalan ( <i>reliability</i> ) b. Daya tanggap ( <i>responsivess</i> ) c. Jaminan ( <i>assurance</i> ) d. Empati e. Produk-produk fisik ( <i>tangibles</i> )	Ordinal
Harga	Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan	Ordinal

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014) Hal 60

<sup>73</sup> Muhammad Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT.Ghalia Indonesia, 1999), Hal.152

<sup>74</sup>Lupiyandi Dan Hamdani, *Manjemen Pemasaran*, ( Malang : Bayumedia Publishing Edisi 1,2016) Hal.45

(X2)	<p>untuk suatu produk atausejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.<sup>75</sup></p>	<p>kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	
<p>Promosi (X3)</p>	<p>Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual.<sup>76</sup></p>	<p>a. Frekuensi promosi b. Kualitas promosi c. Waktu promosi d. Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi</p>	Ordinal
<p>Kepuasan konsumen (Y)</p>	<p>Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja</p>	<p>a. Minat berkunjung kembali b. Minat berkunjung kembali c. Keputusan pembelian d. Word of mouth</p>	Ordinal

---

<sup>75</sup>Dr.Kasmir,S.E.,M.M, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenadamedia, 2016) Hal 63.

<sup>76</sup>Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satunusa, 2011) Hal. 94



yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekpetasi, pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi ekspetasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang.<sup>77</sup>

## **I. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif ini pengelolaan dan analisis data kuantitatif menggunakan aplikasi SPSS, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh data responden atau sumber data lain terkumpul. kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah,dari

---

<sup>77</sup> Kotler,P, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, (Jakarta : Prenhalindo), Hal.139.

melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir dilakukan.

Berdasarkan latar belakang penelitian kuantitatif ini, maka teknik analisis data yang digunakan bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak pada kualitas pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu :

## **J. Metode Analisis Data**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur<sup>78</sup>. Uji Validitas yaitu alat ukur yang digunakan instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji Validitas bertujuan dilakukan untuk menguji pertanyaan-pertanyaan kuesioner itu sah/valid. Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen, suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya jika instrumen yang kurang valid

---

<sup>78</sup>Ghozali, *SPSS Edisi 8*, (Semarang: Univeristas Diponegoro, 2016), Hal.48

mempunyai validitas yang rendah. Uji Validitas perlu dilakukan guna mengetahui sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang diukur.<sup>79</sup>

Dalam uji validitas ini peneliti melakukan dengan menghitung koefisien korelasi, dimana jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut dikatakan valid Dalam penelitian ini diketahui jumlah sampel sebanyak 50 maka *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  sehingga menjadi ( $df$ ) =  $50 - 2 = 48$  dan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05 maka diperoleh hitung sebesar 0,

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Ghozali<sup>80</sup> Realibilitas sebenarnya adalah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil.

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban sesorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke

---

<sup>79</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.134

<sup>81</sup> Ghozali,*SPSS Edisi 8*, (Semarang: Univeristas Diponegoro, 2016), Hal.48

waktu. Peneliti dalam mengukur reliabilitas dengan menggunakan *one shoot* (pengukuran hanya sekali saja) kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai <sup>81</sup>*Cronbach Alpha* > 0,60

**Tabel 3.3**

**Koefisien korelasi**

Besar $r_{xy}$	Interprestasi
0,00-<0,20	Hubungan sangat lemah (diabaikan,dianggap tidak ada)
$\geq 0,20$ -< 0,40	Hubungan rendah
$\geq 0,40$ -<0.70	Hubungan sedang atau cukup
$\geq 0,70$ -< 0,90	Hubungan kuat atau tinggi
$\geq 0,90$ -< 1,00	Hubungan sangat kuat atau tinggi

Berdasarkan definisi diatas maka Relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila

---

<sup>81</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.135

dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran.<sup>82</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak atau nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.<sup>83</sup>

Uji Normalitas sangat berarti untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. metode klasik dalam pengujian normalitas ini normalitas suatu data yang tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ), maka sudah dapat

---

<sup>82</sup>Ghozali, *SPSS Edisi 8*, (Semarang: Univeristas Diponegoro, 2016), Hal.52

<sup>83</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.121

diasumsikan berdistribusi normal. biasanya dikatakan sebagai sampel besar. Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaliknya digunakan uji normalitas karena belum tentu data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal, untuk itu perlu suatu pembuktian uji statistik normalitas yang dapat digunakan diantaranya chi-square

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi/anova, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi/anova yang baik adalah yang terdistribusi normal dan metode yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* jika penyebaran data mengikuti pada sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi/anova memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi/anova tidak memenuhi asumsi normalitas.

## b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah ditemukan adanya kolerasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen pada model regresi berganda.<sup>84</sup> jika terjadi *multikolinearitas*, maka sebuah variabel yang berkolerasi kuat dengan variabel lainnya di dalam model, kekuatan prediksinya tidak handal dan tidak stabil. Dan sesungguhnya terletak pada ada atau tidak adanya kolerasi antar variabel bebas.

Mengapa dilakukan Uji Multikolinearitas karna digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Persyaratannya yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.<sup>85</sup>

Uji Multikolinearitas<sup>86</sup> bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas(independen). Jika variable independen terjadi korelasi, maka variabel-variabel mengalami masalah *multikolinearitas*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen untuk mendeteksi adanya masalah

---

<sup>84</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT. Anak hebat, 2017), Hal.122

<sup>85</sup>V. Wiranta Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT PUSTAKA BARU, 2014) Hal 86

<sup>86</sup>Ghozali, *SPSS Edisi 8*, (Semarang: Univeristas Diponegoro, 2016), Hal.67

*multikolinearitas* dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah *multikolinearitas* jika mempunyai nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  atau sama dengan VIF  $\leq 10$

Gejala Multikolineritas dalam sebuah model regresi berganda, maka nilai koefisien beta dari sebuah variabel bebas atau variabel predictor dapat berubah secara dramatis apabila ada penambahan atau pengurangan variabel bebas di dalam model. Oleh karena itu, *multikolineritas* tidak mengurangi kekuatan prediksi secara simultan, namun mempengaruhi nilai prediksi dari sebuah variabel bebas. Nilai prediksi dari sebuah variabel bebas disini adalah koefisien beta. Oleh karena itu, sering kali kita mendeteksi adanya *multikolineritas* dengan adanya nilai standar eror yang besar dari sebuah variabel bebas dalam model regresi.<sup>87</sup>

### c. Uji Heteroskedisitas

Heteroskedastisitas adalah alat uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap,

---

<sup>87</sup>Jubilee Enterprise, *SPSS*, (Bandung: Elex Media, 2018) Hal.182



maka disebut heteroskedastisitas<sup>88</sup>. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Berikut ketentuan menurut Uji Gleser:

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen dengan nilai probabilitas yang lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0.05) maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen dengan nilai probabilitas yang lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0.05) maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi dapat dikatakan linier berganda jika variasi perubahan yang akan diperkirakan dijelaskan oleh variasi dari beberapa peubah penjelas (lebih dari satu peubah penjelas). Artinya terdapat beberapa variabel independen<sup>89</sup> yaitu  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$  yang mempengaruhi

---

<sup>88</sup>Ghozali, Imam. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2012. hlm 105.

<sup>89</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.16

satu variable dependen/Y.

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = (Kepuasan Konsumen = Pilihan dari dua atau lebih pilihan  
sebelum melakukan kepuasan konsumen)

$B_0$  = Konstanta

$B_1$  = Koefisien regresi kualitas pelayanan

$B_2$  = Koefisien regresi harga

$B_3$  = Koefisien regresi promosi

$X_1$  = kualitas pelayanan

$X_2$  = harga

$X_3$  = promosi

e = standar error

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen

---

(Y). Dalam pengujian hipotesis, hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (*adjusted R<sup>2</sup>*)

## 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji signifikan koefisien regresi linier berganda baik secara parsial maupun simultan yang terkait dalam pernyataan hipotesis penelitian.<sup>91</sup>

### a. Uji F(Simultan)

Pengujian ini dilakukan dengan melihat apakah variabel-variabel independen Kualitas pelayanan(X1), Harga(X2) dan Promosi(X3) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen(Y). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

- 1) Apabila tingkat nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima atau H<sub>1</sub> ditolak.
- 2) Apabila tingkat nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak atau H<sub>1</sub> diterima.

### b. Uji t(Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

---

<sup>91</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.18

antara variable independen Kualitas Pelayanan(X1), Harga(X2) dan Promosi (X3) dengan variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial. Kriteria dalam uji parsial(ujit) dapat dilihat sebagai berikut: <sup>92</sup>

1. Uji hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t tabel
  - a) Apabila  $t \text{ hitung} < - t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
  - b) Apabila  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  atau  $- t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel independen
  - c) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Uji Hipotesis berdasarkan Signifikan
  - a) Apabila nilai Signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Apabila nilai Signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

---

<sup>92</sup>Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.19