

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Teknologi Migo Indonesia pada bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juni 2023 sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal																
2	Pengajuan Izin Penelitian																
3	Persiapan Instrumen Penelitian																
4	Pengumpulan Data																
5	Pengolahan Data																
6	Analisis dan Evaluasi																
7	Penulisan Laporan																
8	Seminar Hasil Penelitian																

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian menggambarkan rancangan penelitian yang meliputi prosedur atau langkah-langkah yang harus di tempuh, waktu penelitian, sumber data,serta dengan cara apa data tersebut diperoleh dan diolah/dianalisis (Salim, 2019:46). Dalam penelitian ini , metode yang digunakan adalah penelitian urvei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), *deskriptif*, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Salim, (2019:73) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Studi atau penelitian nya disebut studi populasi atau studi sensus. Adapun populasi dalam penelitian ini jumlah toko berdasarkan informasi dari PT Teknologi Migo Indonesia adalah 80 toko. Oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan angka 96 responden sebagai sampel penelitian

Bila populasi terlalu besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

3.3.2 Sampel

Menurut Salim (2019:75) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penelitian yang dilakukan hanya menggunakan sebagian atau wakil dari populasi. Maksud dari penelitian sampel adalah pendekatan penelitian dengan cara menggeneralisasikan hasil penelitiannya, artinya kesimpulan penelitian diangkat dan/atau ditarik sebagai suatu yang berlaku untuk seluruh populasi.

Guna menggunakan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

Keterangan :

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

$$2400 = \frac{2400}{1 + (2400 \times 0,01)}$$

$$= \frac{2400}{1 + 24} = \frac{2400}{25} = 96$$

Menurut pimpinan PT Teknologi Migo Indonesia yang ada di Jakarta Selatan sebanyak 80 toko dalam setiap toko , hanya 1 konsumen per toko yang mendownload selama 30 hari. Maka populasi konsumen dalam penelitian ini 80 toko x 1 orang x 30 hari = 2400 orang. Untuk memudahkan perhitungan dalam penelitian ini ditetapkan sampel sebanyak 96 responden dan akan digenapin sebanyak 100 responden. Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka peneliti akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Accidental* sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *Accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Dengan menggunakan kuesioner menurut Sujarweni (2018 : 118) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Selanjutnya perlu peneliti sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer. Yang artinya telah disampaikan oleh Sugiyono (2016:156) yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti dan data sekunder yang artinya adalah data dari sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan maksud dari istilah yang menjelaskan secara operasional mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. Definisi operasional digunakan peneliti untuk menyamakan kemungkinan pengertian yang beragam antara

peneliti dengan orang yang membacanya. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator sebuah kuisioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Bebas (x1,x2,x3)

1. (x1) Menurut Kotler (2017:15) adalah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, ada empat (4) indikator harga menurut Kotler dalam Yanti (2017:16) sebagai berikut:
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa
 - c. Daya saing harga
 - d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
2. (x2) lokasi Menurut Fandy Tjiptono dalam Kuswatiningsih (2016:15) pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:
 1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkai sarana transportasi umum.
 2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
 3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan yaitu :
 - a. Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
 4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman
 5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudianhari.
 6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
 7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat

banyak usaha yang sejenis atau tidak.

8. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah
3. (x3) Kualitas Pelayanan, menurut Kasmir (2017: 47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Lewis dan Booms (dalam Tjiptono 2017: 142) mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagustingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan, dan berikut indikator dari kualitas layanan :
 - a. Keandalan (*reliability*)
 - b. Daya Tanggap (*responsiveness*)
 - c. Jaminan (*assurance*)
 - d. Kredibilitas (*credibility*)
 - e. Empati (*Empathy*)
 - f. Kepuasan Konsumen

3.5.2 Variabel Terikat

Kepuasan Pelanggan Menurut Tjiptono (2019:394-395) tidak ada satupun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam komponen inti mengenai obyek pengukuran kepuasan pelanggan:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction) Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang 22 menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
3. Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectations) Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Niat Beli Ulang (Repurchase Intention) Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend) Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
6. Ketidakpuasan Pelanggan (Customer Dissatisfaction) Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi : komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Harga (X1)	Harga merupakan alat yang sangat penting. merupakan factor yang sangat mempengaruhi keputusan di dalam sektor publik menurut Lili (2016:42),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa 3. Daya saing harga 4. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan 	Skala Likert
Lokasi (X2)	Menurut Fandy Tjiptono dalam Kuswatiningsih (2016:15) Pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap factor-faktor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas 4. Tempat Parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Kompetisi 8. Peraturan Pemerintah 	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X3)	Lewis dan Booms (dalam Tjiptono 2017: 142) mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>realibility</i>) 2. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Kredibilitas (<i>credibility</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) Kepuasan Konsumen 	Skala Likert

	sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan		
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Tjptono (2019:394-395), Tidak ada satupunukuran tanggal terbaik mengenai kepuasan konsumen yang disepakati secara universal	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Dimensi Kepuasan Pelanggan 3. Konfirmasi Harapan 4. Niat Beli Ulang 5. Ketersediaan Untuk merekomendasikan 6. Ketidakpuasaan Pelanggan	Skala Likert

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhirnya kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variable *independent* dengan variable *dependen* yang digunakan dalam penelitian ini.

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrument dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti :

- A. Sangat Setuju (Skor 5)
- B. Setuju (Skor 4)
- C. Ragu-Ragu (Skor 3)
- D. Tidak Setuju (Skor 2)
- E. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan Skala Likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk Menyusun item-item instrument yang dapat berupaya pernyataan. Jawaban atas pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan-kelompokan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada table dibawah ini, Interval Angka

$$\begin{aligned} \text{Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 3.3 Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-Ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

M = Angka penafsiran

F = Frekuensi jawaban

X = Skala nilai

N = Jumlah seluruh jawaban

1. Uji Validitas Data

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitasi. Berkaitan dengan uji validitas ini Sugiyono (2015:363) menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi kepada obyek penelitian dengan data yang didapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alatukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus *PearsonProduct Moment* adalah :

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan

Rhitung = koefisien korelasi variable bebas dan variable terikat

ΣX_i = Jumlah skor item

ΣY_i = Jumlah Skor total (sebuah item)

ΣY_i = Jumlah responden

Sumber : Sujarweni (2018:83)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validasi tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Menurut Kaplan dan Saccuzo dalam Jakaria (2015:100) item yang baik adalah item yang biasanya memiliki koefisien >0.3.

2. Uji Reabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variabel skor setiap item

σ_t^2 = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber : Sujarweni (2018:134)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar atau senilai 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*).

Setelah melakukan uji reliabelitas dilakukan uji yang wajib untuk melakukan analisis regresi linear berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi : (1) uji normalitas, (2) uji heteroskedastisitas, (3) uji multikolinieritas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu : uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variable bebas (X) dan data variable terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variable bebas dan variable terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan *Statistical Program for Social Sciense (SPSS)* dengan menggunakan pendekatan histogram. Data variable bebas dan variable terikat dikatakan

berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun kekiri

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized deleted residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah group mempunyai varians yang sama diantara anggota group tersebut. Jika varian sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistic misalnya uji glejser ataupun uji park.

Namun Demikian dalam penelitian akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun dikiri angka nol sumbu X.

3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance $< 0,1$ atau $VIF > 5$.

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2), uji t (uji parsial) dan pengaruh dominan.

1. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Dikatakan oleh Sujarweni (2018:140) analisis regresi ganda adalah alat untuk mengukur ada tidaknya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3)..... (Xn) dengan satu variabel terikat. Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = c + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

c = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b1, b2 = Koefisien regresi (konstanta) X1, X2

X1 = Harga

X2 = Lokasi

X3 = Kualitas Layanan

E = Standar Error

Sumber : Sujarweni (2018:140)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini peneliti akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji t (Uji Parsial), uji F (Uji Simultan), dan koefisien determinasi.

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan

valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

2. Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{s}$$

Keterangan:

Thitung = Nilai t

B = Koefisien regresi X

Se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujianya adalah :

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan thitung dengan ttabel pada taraf nyata 5% ($\alpha, 05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya variabel kualitas pelayanan dan sikap secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya variabel kualitas pelayanan dan sikap secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Serempak/ *Simultant* (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna

mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai f yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber : Rangkuti (2017:165)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$: artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$: artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan sikap secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan sikap secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

5. Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya adalah dengan cara melihat besarnya nilai *standardized coefficient* pada tabel *coefficient*