

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Indomaret Banjaran Residence Kota Depok pada Bulan April 2022 sampai dengan Juni 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Maret 2022				April 2022				Mei 2022			
		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												

Sumber: Rencana Penelitian (2022)

### 3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei 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. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik

pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan.

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dalam wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Indomaret dengan menggunakan aplikasi Indomaret Poinku. Data tersebut bersumber dari konsumen indomaret yang berjumlah 100 orang akan di berikan pada bulan April 2022.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam Faaza (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan

Oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak yang dipandang sesuai untuk digunakan sebagai sumber data serta memenuhi 4 dari 6 kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki aplikasi Indomaret Poinku

2. Aktif berbelanja di toko Indomaret
3. Mengerti dengan mekanisme pengumpulan poin dan *stamp*
4. Pelanggan yang melakukan pembelian khusus produk yang terdapat hadiah stamp di dalamnya.
5. Pelanggan yang pernah menukarkan poin dengan potongan belanja atau potongan langsung.
6. Pelanggan yang pernah mendapatkan hadiah melalui aplikasi indomaret poinku

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung. Penelitian ini memperoleh data langsung dari mahasiswa/i sebagai responden berupa jawaban dari hasil pernyataan dalam kuesioner. Menurut Sugiyono dalam Nandya (2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Data primer dalam penelitian ini meliputi tanggapan responden sehubungan dengan pengaruh aplikasi Indomaret Poinku, potongan harga, dan hadiah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Indomaret

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. (Sugiyono 2013). Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

#### **3.5.1 Variabel Bebas**

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas aplikasi Indomaret Poinku, potongan harga dan hadiah undian, yang penulis definisikan sebagai berikut:

### 1. Aplikasi Indomaret Poinku

Dalam memenangkan persaingan Indomaret juga menghadirkan sebuah aplikasi yang bernama Indomaret Poinku. Aplikasi ini dibuat oleh PT. Inti Dunia Sukses dan rilis pada 12 Oktober 2017. Indomaret Poinku adalah program membership yang dilengkapi dengan beberapa fitur seperti pengumpulan dan penukaran poin, stamp, informasi promosi dan alat pembayaran digital (dengan aplikasi i.saku). Aplikasi yang dibuat ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas para pelanggan Indomaret. Adapun terdapat 6 indikator untuk mengukur loyalitas Menurut Tjiptono (2002) yaitu:

- a. Pembelian ulang,
- b. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut,
- c. Selalu menyukai merek tersebut,
- d. Tetap memilih merek tersebut,
- e. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik,
- f. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

### 2. Potongan Harga

Merupakan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyesuaikan harga atas pembayaran dini, pembelian volume maupun pembelian diluar musim (Kotler dan Keller (2015:92-93), dengan indikator pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pengurangan harga untuk pembayaran tepat waktu.
- b. Pengurangan harga untuk pembelian volume besar.
- c. Pengurangan harga bagi *reseller*.
- d. Pengurangan harga musiman.
- e. Pengurangan harga untuk tujuan insentif.

### 3. Hadiah Undian

Hadiah adalah imbalan dan penghargaan atas suatu tindakan yang menguntungkan. Ilmu tentang perilaku telah membagi hadiah menjadi dua kategori besar yaitu hadiah intrinsik dan hadiah ekstrinsik. Pemberian hadiah penting dilakukan karena tujuan memberikan hadiah pada dasarnya adalah untuk memotivasi (Sudarmo & Sudita dalam Mardiaty Netty 2019). Motivasi merupakan dorongan yang muncul

dari dalam diri atau dari luar diri atau lingkungan yang menjadi penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai.

Aspek-aspek hadiah yang dipakai adalah berdasarkan pada teori (Gruen 1994; Youjæ & Hoseong dalam Mardiaty Netty 2019), yaitu;

- a. perasaan diakui,
- b. partisipasi dan
- c. kepemilikan.

**Tabel 2.2 Definisi Operasional dan Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Aplikasi Indomaret Poinku (X1)	Program membership untuk konsumen Indomaret yang memiliki keunggulan untuk menambah poin dan stamp setiap kali berbelanja di Indomaret	1. Kemudahan mengunduh aplikasi 2. Kemudahan saat bertransaksi
2	Potongan Harga (X2)	Kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyesuaikan harga (Kotler dan Keller (2015:92-93))	1. Besarnya potongan 2. Masa potongan 3. Jenis produk yang di diskon
3	Hadiah (X3)	Hadiah adalah sesuatu yang diberikan kepada orang lain tanpa adanya timbal balik atau kompensasi secara langsung. Tak hanya berupa barang, hadiah juga bisa berbentuk lainnya seperti <u>uang tunai</u> dan juga jasa. Dalam masyarakat,	1. Royalties 2. <i>Reward</i> 3. Undian 4. Menarik minat konsumen

		pemberian hadiah sering difungsikan sebagai tindakan untuk mendekatkan hubungan sosial. Selain pemberian secara pribadi, hadiah juga bisa didapat dari berbagai cara, misalnya dengan memenangkan pertandingan atau dari suatu undian.	
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Richard Oliver dalam V Erida Sabila (2020:18)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tepenuhi keinginan konsumen</li> <li>2. Sikap atau keinginan menggunakan produk</li> <li>3. Merekomendasikan pihak lain</li> <li>4. Kualitas Layanan</li> <li>5. Loyal</li> <li>6. Reputasi yang baik</li> </ol>

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah 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 akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

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

**Tabel 3.3 Skala Likert**

Kategori	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau 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 dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, 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 Tabel 3.3 di bawah ini.

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

**Tabel 3.4 Angka Penafsiran**

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

Sumber: Hasil penelitian, 2014 (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

### 3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ )..... ( $X_n$ ) dengan satu variabel terikat (Unaradjan dalam Faaza, 2017). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (keputusan membeli)  
a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)  
 $b_1...b_3$  = Koefisien regresi (konstanta)  $X_1, X_2, X_3$   
 $X_1$  = Aplikasi Indomaret Poinku  
 $X_2$  = Diskon harga  
 $X_3$  = Hadiah undian  
e = Standar erorr

Sumber: Arikunto dalam Faaza (2017)

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). Metode yang dapat digunakan adalah metode *enter, stepwise, backward, serta forward* (Situmorang dalam Faaza (2017)). Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode *enter*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis 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 multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

### 3.6.3 Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2014) Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Sedangkan Menurut Ghazali (2013), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Satu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada pernyataan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $R_{hitung}$  dengan nilai  $R_{tabel}$  dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df), dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan.

Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Kriteria pengujian uji validitas adalah:

- a. Jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$ , maka dikatakan valid.
- b. Jika  $R_{hitung} < R_{tabel}$ , maka dikatakan tidak valid.

#### 1. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24.0. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Statistic Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Conbarch Alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2013)

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

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

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Nandya (2018) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan *statistic parametric* tidak dapat digunakan. Pengujian pada penelitian ini yaitu dengan dua cara, yang pertama uji normalitas menggunakan kurva

*Probability Plot* dengan menggunakan *SPSS Statistic 24.0*. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal menunjukkan distribusi normal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu cara uji normalitas yang kedua dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* terhadap model yang diuji. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Asymp sig (2-tailed)*  $> 0,05$  maka data *Kolmogorov-Smirnov* dinyatakan berdistribusi normal.
- b. Jika nilai *Asymp sig (2-tailed)*  $< 0,05$  maka data *Kolmogorov-Smirnov* dinyatakan tidak berdistribusi normal

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Nandya (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan grafik plot (*scatterplot*) antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*, sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali dalam Nandya (2018) uji bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau variabel terikat. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolenieritas antar variabel, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terdapat variabel terikat. Suatu analiss *statistic* dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1), sedangkan besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 5 (VIF <5).

#### 3.6.5 Uji Hipotesis

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 hopotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial).

##### 1. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara berama-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: Unaradjan dalam Faaza (2017)

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:

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

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 aplikasi indomaret poinku, potongan harga dan hadiah secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa aplikasi indomaret poinku, potongan harga dan hadiah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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.

### 3. Uji Parsial (Uji 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:

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

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Faaza (2018)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

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

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

b.  $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

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

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata 5% ( $\alpha 0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya variabel aplikasi Indomaret poinku, potongan harga dan hadiah secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

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

Artinya variabel aplikasi poinku, potongan harga dan hadiah secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.