

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Catur Mitra Sejati Sentosa (CMSS) atau Mitra10 yang beralamat di Jl. Baru - Bogor, Kedungbadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16164. Agar mempermudah peneliti menentukan waktu penelitian maka peneliti membuat rencana kegiatan penelitian dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Maret				April				Mei			
		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												
No	Kegiatan	Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Pengolahan Data												
6	Analisis dan Evaluasi												
7	Penulisan Laporan												
8	Seminar Hasil Penelitian												

Sumber: Rencana Penelitian (2023)

### 3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono (2017:2). Adapun dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan

instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Rumusan masalah dalam penelitian ini bersifat asosiatif dimana menurut Sugiyono (2017:36) rumusan masalah asosiatif merupakan rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan untuk hubungannya digunakan hubungan kausal yaitu hubungan sebab akibat.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut, Sugiyono (2021:80). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Mitra10 Bogor. Jumlah pelanggan berdasarkan informasi dari pihak Mitra10 Bogor setiap bulannya mencapai 2.500 orang. Oleh sebab itu dalam penelitian ini kami menggunakan angka 2.500 sebagai populasi penelitian.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, Sugiyono (2021:81).

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:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

$N^2$  = Populasi

$d^2$  = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Rakhmad dalam Unaradjan (2013:124)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{2.500}{1 + 2.500 (0.1)^2} = 96,154 \text{ (dibulatkan menjadi 97 responden)}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik *non-probability sampling* dan teknik pengambilan sampel berupa *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sujarweni, 2014:71). Sampel pada penelitian ini adalah Member Mitra10 Bogor.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari data primer, yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner menurut A Juliandi *et al* dalam Jauhar, R.T (2020:48) kuesioner adalah pertanyaan/pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variable yang diteliti. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mendapatkan data tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Mitra10 Bogor.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang dilakukan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga nantinya akan dapat menghasilkan data kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:92). Pada penelitian ini, jawaban kuesioner akan diberikan nilai yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.2. Skor Penilaian Skala Likert**

Predikat	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.4.1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan (Kuncoro, 2013).

Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai kolerasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig 2-tailed <  $\alpha$  0.05). Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan maka digunakan teknik kolerasi *produk moment*, yaitu:

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

Keterangan:

Rxy = Kolerasi *product moment*

n = Jumlah responden atau sampel

X = Jumlah jawaban variabel X

Y = Jumlah jawaban variabel Y

Ketentuan apakah suatu butir instrumen valid tidak adalah melihat dari probabilitas koefisien korelasinya. Uji validitas dilakukan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

### 3.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjang dan membuktikan bahwa suatu instrumen data dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Variabel dikatakan reliable jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Kuncoro, 2013). Dapat dilihat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \frac{[K] \cdot [1 - \sum \sigma b^2]}{k - 1 \quad \sigma 1}$$

keterangan:

Ri = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma 1^2$  = Varian Total

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

Dengan kriteria:

- a) Jika nilai alpha  $\geq 0,6$  maka instrumen variabel adalah reliabel (terpercaya)
- b) Jika nilai Cronbach's Alpha  $\leq 0,6$  maka instrumen tidak reliabel (tidak terpercaya).

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan aspek penelitian untuk memberikan informasi tentang bagaimana cara untuk mengukur variabel. Dengan demikian penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang akan di uji. Dalam penelitian ini ada dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*Independent variable*) dan variabel terikat (*Dependent variable*), Rosmiati (2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel bebas (*independen*) yaitu harga dan kualitas pelayanan, lalu satu variabel terikat (*dependen*) yaitu kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Mitra10 Bogor. Berdasarkan uraian di atas, maka berikut adalah definisi dari masing-masing variabel yang terdapat pada penelitian ini:

#### 3.5.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *independen* (terikat).

Dalam penelitian ini variabel bebas yang diteliti adalah harga dan kualitas pelayanan. Yang penulis definisikan sebagai berikut:

### **1. Harga (X1)**

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. Menurut Limaksara (2019:119) mengemukakan bahwa harga merupakan suatu alat pemasaran yang dipergunakan oleh suatu organisasi (*marketing objectives*) dan juga harga sering tidak terikat pada produk baik barang maupun jasa. Menurut Kotler dalam Amilia (2017:663) menyatakan bahwa indikator harga yaitu sebagai berikut:

#### **a. Keterjangkauan Harga**

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

#### **b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk**

Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.

#### **c. Daya Saing Harga**

Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

#### **d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk**

Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

### **2. Kualitas Pelayanan (X2)**

Menurut Kotler dalam Islami (2019:204) menyatakan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, menurut Kotler dalam Islami (2019:204). Menurut Jasfar (2009: 51) elemen kualitas layanan atau jasa terdiri dari:

**a. Bukti Fisik**

Adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan karyawan, sarana komunikasi modern serta perlengkapan/fasilitas fisik, seperti gedung, tersedianya tempat parkir. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa.

**b. Kehandalan**

Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu (*accurately*) dan kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*) terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*) dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.

**c. Daya Tanggap**

Merupakan kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan memberikan informasi yang jelas.

**d. Jaminan**

Merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang.

**e. Empati**

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, seperti memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### 3.5.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2021) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen sering disebut juga dengan istilah variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dinotasikan sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini variabel dependen yang diteliti adalah kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Risdah (2019:12) kepuasan pelanggan merupakan elemen utama dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern yang dapat terwujud apabila tujuan pemasar, kompetensi dan kapasitas, serta pilihan produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan, prioritas dan preferensi konsumen. Menurut Kotler dalam Nasution (2015:56) ada beberapa metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

#### a. **Sistem Keluhan dan Saran**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan, menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*) dan lain-lain.

#### b. **Ghost Shopping**

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan atau pesaingnya menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan dan menangani sikap keluhan. Ada baiknya para manajer terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan pelanggannya. Tentunya, karyawan tidak boleh tahu atasannya baru melakukan penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan

mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan), karena apabila hal ini terjadi, perilaku mereka akan sangat manis dan penilaian akan menjadi biasa.

**c. Survei Kepuasan Pelanggan**

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara metode survei. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

**d. Lost Customer Analysis**

Perusahaan ini berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
Harga (X1)	Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan.	a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk c. Daya Saing Harga d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan peran yang sangat penting dikarenakan dalam pemasaran produk jasa, interaksi langsung terjadi antara produsen dan konsumen.	a. Bukti Fisik b. Keandalan c. Daya Tanggap d. Jaminan e. Empati	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan elemen utama dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern yang dapat terwujud apabila tujuan pemasar, kompetensi dan kapasitas, serta pilihan produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan, prioritas dan preferensi konsumen.	a. Sistem Keluhan dan Saran b. <i>Ghost Shopping</i> c. Survei Kepuasan Pelanggan d. <i>Lost Customer Analysis</i>	Likert

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Rumusan masalah dalam penelitian ini bersifat asosiatif dimana menurut Sugiyono (2017:36) rumusan masalah asosiatif merupakan rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan untuk hubungannya digunakan hubungan kausal yaitu hubungan sebab akibat.

#### **3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif. Statistika deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standar deviation*), nilai minimum dan maximum, Mayogi dan Fidiana (2016:10)

Sugiyono (2021:147) statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Dalam penelitian ini analisis deskriptif dilakukan pada variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

#### **3.6.2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memperoleh hasil yang akurat dalam sebuah penelitian. Setelah mendapat hasil yang akurat maka dapat dilanjutkan dengan melakukan pengujian dengan analisis regresi linear berganda. Dalam pengujian asumsi klasik terdapat beberapa jenis antara lain:

## 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2018:161).

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara yang bisa digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu:

### 1) Analisis Statistik

Menurut Ghozali (2018:163) uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-smirnov (K-S) (Ghozali, 2018:165). Uji normalitas menggunakan metode uji *Kolmogorov-smirnov* (K-S) dapat dideteksi dengan melihat nilai signifikansi residual. Jika signifikansi lebih dari 0.05 maka residual terdistribusi secara normal.

### 2) Analisis Grafik

Menurut Ghozali (2018:161) salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan P-P Plot yaitu:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas menggunakan histogram akan terdistribusi secara normal apabila grafik histogram membentuk lonceng atau gunung.

## 2. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orgonal (Ghozali, 2018:107).

Menurut Priyatna (2020:53) Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, pedoman keputusan berdasarkan nilai *tolerance*:

- a. Jika nilai *tolerance*  $> 0.10$  maka tidak terjadi multikolinieritas
- b. Jika nilai *tolerance*  $< 0.10$  maka terjadi multikolinieritas
- c. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF:

Jika nilai VIF  $< 10.00$  maka tidak terjadi multikolinieritas

Jika nilai VIF  $> 10.00$  maka terjadi multikolinieritas

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Riyanto dan Aglis (2020:139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola titik pada grafik Scatter Plot. Pada metode Scatter Plot, kriteria dalam penilaian adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dengan cara Scatter Plot akan memperoleh hasil yang baik apabila data yang di uji adalah data time series, sedangkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner sering mengalami hasil yang kurang apabila menggunakan model scatter plot.

### 3.6.3. Persamaan Regresi

Menurut Pramesti (2014:113) regresi linear berganda merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen (tergantung) dan variabel independen (prediktor). Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel prediktor yang meliputi kas, utang lancar dan harga pokok penjuala, terhadap variabel dependen yaitu laba kotor, sehingga dapat memuat prediksi yang tepat. Disebut berganda karena banyaknya faktor (dalam hal ini variabel) yang mungkin mempengaruhi variabel tak bebas. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien Regresi

: Error

Sumber: Riyanto dan Aglis (2020:140)

### 3.6.4. Uji Hipotesis

Menurut Arifin (2017:17) uji hipotesis merupakan cabang ilmu Statistika Inferensial yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Hipotesis merupakan sebuah pernyataan tentang hubungan yang di harapkan antara dua variabel atau lebih yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis berasal dari kata hupo yang berarti sementara atau lemah dan tesis yang artinya pernyataan atau teori. Dengan demikian, hipotesis berarti pernyataan sementara yang perlu diuji kebenarannya dan untuk menguji kebenaran tersebut digunakan pengujian hipotesis.

Tujuan uji hipotesis untuk menetapkan dasar dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah di buat. Pernyataan hipotesis terdiri dari hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif (dalam beberapa literatur dituliskan  $H_1$  atau  $H_a$ , Arifin (2017:18).

#### 1. Uji signifikasi/pengaruh simultan (Uji f)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. 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 analysis of variance (ANOVA) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Kriteria pengujian koefisien regresi secara simultan ini adalah:

- a. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

Artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

Artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Atau dapat dilakukan uji statistik F dengan melihat probability value, jika probability value  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, namun jika probability value  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

## 2. Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Ghozali (2018:97). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2018:97) jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted  $R^2$  negatif maka nilai adjusted  $R^2$  dianggap bernilai nol.

## 3. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98) uji parsial atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian signifikan t dapat dilakukan melalui pengamatan signifikan t pada tingkat  $\alpha$  yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat  $\alpha$  sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi, 0,05 dimana syarat-syaratnya adalah:

- a. Jika signifikansi  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.