

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Fast Global Berkah Mandiri pada bulan Maret 2023 sampai dengan Mei 2023, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

no	kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	observasi awal	■	■																						
2	pengajuan izin penelitian	■	■																						
3	penyusunan bab II			■	■	■	■																		
4	penyusunan bab II				■	■	■																		
5	penyusunan bab III						■	■	■	■	■														
6	Pengumpulan draft Proposal										■														
7	Persiapan & Ujian Proposal											■	■	■	■										
8	Penelitian Bab 4 & 5													■	■	■	■								
9	Penyerahan work in progress 2																		■	■					
10	Ujian sidang Skripsi & komperhensif																				■	■	■		
11	Ujian sidang Skripsi & komperhensif (ulang)																							■	■
12	Perbaikan Skripsi																							■	■
13	Peretujuan & pengesahan Skripsi																							■	■

Sumber : Rencana Penelitian

1.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pernyataan yang diajukan kepada responden. Penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Penggalan data dapat dilakukan melalui kuisisioner. Apabila penggalan data menggunakan kuisisioner, maka dibuat sejumlah pernyataan yang diisi oleh responden (Sujarweni, 2019:13)

1.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Banyak ahli menjelaskan pengertian tentang populasi. Salah satunya menurut Sujarweni (2014:65) mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT.Fastglobal Berkah Mandiri yang berdomisili di Kota Jakarta. Jumlah pelanggan berdasarkan informasi dari PT.Fastglobal Berkah Mandiri yang berjumlah 46 pada tahun 2022. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan tehnik minimal sampel angka 30 sebagai populasi penelitian, dikarenakan 16 pelanggannya tidak aktif.

3.3.2 Sampel

Dengan banyaknya jumlah populasi tidak memungkinkan peneliti mengambil seluruh populasi tersebut untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti mengambil sampel yang dapat mewakili populasi tersebut. Sampel yang dimaksud adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian (Sujarweni, 2019:81).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dimana tidak semua dari anggota populasi berkesempatan untuk dijadikan sampel. Teknik ini menggunakan metode *accidental sampling* atau sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus minimal sampling, dengan jumlah minimal sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden.

1.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. 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 artiannya 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. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti meliputi:

1. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa saja yang bisa diharapkan dari para responden.

1.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka peneliti akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

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 Kualitas Pelayanan dan sikap yang peneliti definisikan sebagai berikut:

1. Promosi (X1)

Beberapa pengertian tentang promosi telah dikemukakan oleh para ahli, salah satunya yaitu menurut Napitupul, S. dkk (2021:150-151) promosi penjualan adalah semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian sebuah produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu singkat. Adapun indikatornya menurut (Tjiptono, 2017) sebagai berikut :

a. Periklanan

Periklanan Merupakan salah satu bentuk promosi yang menggunakan media cetak

untuk menyampaikan komunikasi kepada konsumen, biasanya melalui media seperti banner, poster, dan lain sebagainya.

b. Penjualan Personal

Penjualan personal adalah interaksi langsung, komunikasi tatap muka antara penjual dengan pembeli untuk memperkenalkan produknya.

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah promosi untuk menambah dan mengkoordinasikan kegiatan pengambilan keputusan pembelian, tujuannya untuk menarik pelanggan.

d. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat yaitu upaya komunikasi menyeluruh untuk mempengaruhi opini, keyakinan dan sikap konsumen terhadap perusahaan.

2. Harga (X2)

Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak (Indrasari, M. 2019:38). Dengan indikatornya menurut Kotler & Armstrong (2018:324) sebagai berikut :

a. Keterjangkauan

Yaitu harga yang tercantum pada produk terjangkau dan memenuhi apa yang dipikirkan oleh pelanggan.

b. Daya saing

Harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan kompetitor sebagai upaya untuk mempertahankan pangsa pasar.

c. Kesesuaian dengan manfaat

Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk yang diterima, karena harga mencerminkan kualitas.

d. Permintaan pasar

Harga yang ditetapkan produsen harus menyesuaikan permintaan pasar. Jika permintaan meningkat maka perusahaan dapat meningkatkan harga produk, selama harga tersebut masih dapat diterima oleh konsumen.

3.5.2 Variabel Terikat

Selain variabel bebas (*independent*) ada juga variabel terikat (*dependent variable*). Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini menggunakan keputusan pembelian untuk variabel terikatnya. Adapun Menurut (Kotler & Keller, 2016) “Keputusan pembelian adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Menurut Kotler (2018:70) dalam penelitian ini ada empat indicator untuk menentukan keputusan pembelian yaitu :

a. Kemantapan pada sebuah produk

Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk apakah produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan.

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena merasakan manfaat dari produk tersebut. oleh karena itu, konsumen merasa jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi, dengan demikian pelanggan cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.

c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Promosi (X1)	Menurut Napitupul, S. dkk (2021:150-151) promosi penjualan adalah semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian sebuah produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu singkat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Penjualan Personal 3. Promosi Penjualan 4. Hubungan Masyarakat 	Skala Likert
Harga (X2)	Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak (Indrasari, M. 2019:38).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan 2. Daya Saing 3. Kesesuaian Dengan Manfaat 4. Permintaan Pasar 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Kotler & Keller, 2016) “Keputusan pembelian adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 	Skala Likert

Sumber : Peneliti (2023)

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 yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuisioner. Adapun penilainnya 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 :

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Netral (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

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

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

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	Netral
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

3.6.2 Persamaan Regresi Linier Berganda

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 berganda adalah alat untuk mengukur ada tidaknya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), ... (X_n) dengan satu variabel terikat. Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = Variabel terikat (Kepuasan Pengguna)
- c = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- b_1, b_2 = Koefisien regresi (konstata) X_1, X_2
- X_1 = Promosi
- X_2 = Harga
- e = Standar eror

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 regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penelitian 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 (R^2).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuisioner 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.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Sujarweni (2019:108) menyatakan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur itu dapat mengukur apa yang akan diukur. Sehingga data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

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

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2] [n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- $\sum X_i$ = Jumlah skor item
- $\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)
- N = Jumlah responden

Sumber : Sujarweni (2019:108)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuisioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua itu 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 kuisioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuisioner 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 kehandalan 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 pernyataan

Sumber : Sujarweni (2019:110)

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 kuisioner 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*).

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Perlu diketahui, terdapat kemungkinan data aktual tidak memenuhi semua asumsi klasik ini.

Beberapa perbaikan, baik pengecekan kembali data *outline* maun *recolletteror* data dapat dilakukan. Adapun beberapa uji asumsi klasik yang biasa dilakukan dalam sebuah penelitian, yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terkait (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik apabila mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup 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 statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini 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 di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X.

3. Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analiss regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel atau lebih (X1, X2, ... Xn) 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 .

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

1 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 :

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

Keterangan :

- t_{hitung} = Nilai t
 b = Koefisien regresi X
 se = Standar error koefisien regresi X

Sumber : Rangkuti (2017:165)

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

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

Uji 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 H_a ditolak

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

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

Artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara individu (parisial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

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 Serempak/Simultan (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 :

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

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber : Rangkuti (2017:65)

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 harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

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

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

a. 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.

b. Pengaruh Dominan

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