

## 2.4 Hipotesis

Sesuai dengan deskripsi teoritis serta kerangka pemikiran yang telah penulis sampaikan di atas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

### 1. Hipotesis 1

Ho :  $\beta_i = 0$ , dimana 1,2,3 yang berarti secara simultan kualitas produk, harga dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket wisata Outbond 5G Resorts.

H1 :  $\beta_i \neq 0$ , dimana 1,2,3 yang berarti secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket wisata Outbond 5G Resorts.

### 2. Hipotesis 2

Ho :  $\beta_1 = 0$ , berarti secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Outbond 5G Resorts.

H1 :  $\beta_1 \neq 0$ , berarti secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket wisata Outbond 5G Resorts.

### 3. Hipotesis 3

Ho :  $\beta_2 = 0$ , berarti secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata Outbond 5G Resorts.

H1 :  $\beta_2 \neq 0$ , berarti secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket wisata Outbond 5G Resorts.

### 4. Hipotesis 4

Ho :  $\beta_3 = 0$ , berarti secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket wisata Outbond 5G Resorts.

H1 :  $\beta_3 \neq 0$ , berarti secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket wisata Outbond 5G Resort.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Selanjutnya yaitu pada bab ini merupakan metodologi penelitian atau cara-cara untuk meneliti sebuah permasalahan yang telah peneliti rancang dan persiapan. Tempat penelitian ini akan dilaksanakan di 5G Resort Kecamatan Cigombong pada Bulan Februari 2024 sampai Juli 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. 1 Rencana Penelitian**

| No | Kegiatan              | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   | Juli |   |   |   |
|----|-----------------------|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|
|    |                       | 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        |          | ■ |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 3  | Persiapan penelitian  |          |   | ■ | ■ |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 4  | Pengumpulan data      |          |   |   |   | ■     | ■ | ■ | ■ | ■     | ■ | ■ |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 5  | Pengolahan data       |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   | ■ |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 6  | Analisis dan evaluasi |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   | ■   | ■ |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 7  | Penulisan laporan     |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ |
| 8  | Seminar hasil         |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   | ■ | ■ |

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

#### 3.2 Jenis Penelitian

Penelitian adalah merupakan suatu metode untuk menemukan kebenaran yang juga merupakan pemikiran kritis (*critical thinking*). Penelitian meliputi pemberian definisi dan redefinisi terhadap masalah, memformulasikan hipotesis atau jawaban sementara, membuat kesimpulan dan sekurang-kurangnya mengadakan pengujian yang hati-hati untuk menentukan apakah ia cocok dengan hipotesis (Woody dalam Siregar, 2016:100). Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah kuantitatif dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Metode penelitian survei memiliki maksud untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2015:6).

### 3.3 Populasi Dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah area umum yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kualitas dan sifat serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memutuskan untuk membeli Paket wisata Outbond 5G Resorts.

#### 3.3.2 Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2016:81) mengatakan bahwa: "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. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)."

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

$$n_0 = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Ket:

n= jumlah sampel yang dicari

z= nilai standar = 1.96

p= Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d= alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5 (1 - 0.5)}{(0.1)^2} = 97 \text{ (dibulatkan menjadi 100}$$

responden)

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka dari itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel berupa Probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel berupa Purposive Sampling. Yang termasuk dalam kategori probability sampling. Menurut sugiyono (2017:82) ” probability sampling memiliki arti bahwa teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel cluster random sampling yang akan digunakan pada penelitian ini akan dispesifikasikan melalui demografi tempat tinggal (domisili) yang berada di kecamatan cigombong Bogor. Berdasarkan hal tersebut, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

1. Responden berusia minimal 17 tahun
2. Responden yang membeli Paket wisata Outbond 5G Resorts
3. Responden yang bersedia mengisi lembar kuesioner penelitian.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Siregar (2016:128) data adalah bahan mentah yang perlu diolah Sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta atau juga dapat didefinisikan data merupakan kumpulan fakta angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar menarik suatu kesimpulan. Syarat-syarat data yang baik adalah data harus akurat, data harus relevan dan data harus uptodate. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2015:224).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung melalui metode pengumpulan data kuesioner. Kuesioner adalah suatu teknik

pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap- sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Siregar, 2016:132).

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator 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 variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

##### **1. Kualitas Produk (X1)**

Menurut Philip Kotler dan Keller (2016:164) mengatakan bahwa *product quality* atau kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki suatu produk dalam memberikan hasil serta kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan atau harapan dari konsumen akan produk yang dibeli dan dikonsumsinya. menurut sudirman (2019:3). Setidaknya memiliki tujuh indikator diantaranya:

- a. Kinerja (*Performance*)
- b. Karakteristik atau keunggulan
- c. Kesesuaian dan spesifikasi
- d. Keandalan (*Reliability*)
- e. Keawetan (*Durability*)
- f. Estetika (*Aesthetics*)
- g. Kemudahan layanan

##### **2. Harga (X2)**

Menurut Malau (2017:126), harga adalah pengukur dasar sebuah sistem

ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan). Adapun indikator harga, dikatakan oleh setyo (2017:758) meliputi beberapa hal diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas
- c. Daya saing harga
- d. Potongan harga

### 3. Promosi (X3)

Menurut Alma (2018:97). Promosi adalah upaya yang dilakukan seorang penjual dalam berkomunikasi kepada target konsumennya untuk memberikan pengaruh sikap konsumen dengan cara membagi informasi, ide, dan perasaan. Menurut kotler dan keller (2016:272) mengatakan bahwa indikator variabel promosi adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi dalam promosi
- b. Saluran (media) promosi
- c. Waktu promosi
- d. Frekuensi promosi

#### **3.5.2 Variabel Terikat**

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (independent variable) Menurut Supranto dalam Gofur (2019:40) kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan kinerja yang dirasakan. Jadi, kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan. Menurut Indrasari (2019:92) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali

c. Kesiediaan merekomendasikan

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, pernyataan dan pengukuran atas pernyataan di atas maka dapat dilihat pada Tabel 3.2. di bawah ini

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional**

| VARIABEL               | DEFINISI   | INDIKATOR  | UKURAN       |
|------------------------|--|--|--------------|
| Kualitas. Produk (X1)  | Menurut Kotler dan Keller (2016:164). Kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki suatu produk dalam memberikan hasil serta kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan atau harapan konsumen.                  | a. Kinerja<br>b. Fitur<br>c. Kesesuaian spesifikasi<br>d. Ketahanan<br>e. Keandalan<br>f. <i>Serviceability</i><br>g. Estetika | Skala Likert |
| Harga. (X2)            | Menurut Malau (2017:126). Harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi.  | a. Keterjangkauan harga<br>b. Kesesuaian harga dengan kualitas<br>c. Daya saing harga<br>d. Potongan harga                     | Skala Likert |
| Promosi (X3)           | Menurut Alma (2018:97). Promosi adalah upaya yang dilakukan seorang penjual dalam berkomunikasi kepada target konsumennya untuk memberikan pengaruh sikap konsumen dengan cara membagi informasi, ide, dan perasaan. | a. Komunikasi dalam promosi<br>b. Saluran (media) promosi<br>c. Waktu promosi<br>d. Frekuensi promosi                          | Skala Likert |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Menurut Supranto dalam Gofur (2019:40) kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan.                     | a. Kesesuaian harapan<br>b. Minat berkunjung kembali<br>c. Kesiediaan<br>d. Merekomendasikan                                   | Skala Likert |

Sumber :Peneliti (2024)

### 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:

- 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 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 dikelompokkelompokkan 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 Tabel di bawah ini.

$$\text{Interval Angka Penafsiran} : = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0,80$$

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

| 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,2024 (Data diolah) Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah :

- 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 berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas). 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 pembelian)    |
| a               | = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)    |
| $b_1...b_3$     | = Koefisien regresi (konstanta)             |
| $X_1, X_2, X_3$ | = Kualitas Produk                           |
| $X_2$           | = Harga                                     |
| $X_3$           | = Promosi                                   |
| E               | = Standar error Sumber: Sugiyono (2015:275) |

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 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 Kualitas Data

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.

#### 1. Uji Validitas

Uji kualitas data yang pertama dilakukan adalah uji validitas, yaitu mengukur valid atau tidaknya setiap instrumen pernyataan yang diberikan kepada responden.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat (Sugiyono, 2015:121). Menurut Bailey dalam Siregar (2016:162) validitas terbagi menjadi tiga kelompok yaitu: face validity, criterion validity, dan construct validity. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 (Soegiyono dalam Siregar, 2016:164). Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment adalah:

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

Sumber: Siregar (2016:164)

Keterangan :

- $r_{hitung}$  = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel berikat  
 $\sum X_1$  = Jumlah skor item  
 $\sum Y_1$  = Jumlah skor total (sebuah item)  
N = Jumlah responden

Namun dalam penelitian, penulis tidak akan melakukan uji validitas secara manual seperti rumus diatas, uji validitas akan dilakukan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS versi 22). Untuk melihat valid atau tidaknya instrumen atau pernyataan dalam kuesioner dapat dilihat pada Item-Total Statistics kolom Corelation, jika  $r_{hitung} > 0,300$  maka instrumen atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan jika  $r_{hitung} < 0,300$  maka instrumen atau pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

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:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah Variabel skor setiap item

$S_t$  = Variabel total

K = Banyaknya butir pertanyaan Sumber: Siregar (2016:176)

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. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan ternyata lebih besar dari pada nilai r dalam tabel, uji reliabilitas signifikan. Dengan kata lain, instrumen penelitian reliabel.

### 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,

Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasiksaja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

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 F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali, 2016:154).

2. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel- variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factors (VIF). Dikatakan bebas multikolinieritas apabila nilai tolerance  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ . Jadi bila nilai tolerance  $< 0,1$  dan VIF  $> 10$  berarti terdapat kasus multikolinieritas (Ghozali, 2016:103).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:138). Cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola- pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:138).

### 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 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 bersama-sama (simultan) terhadap variabel X berpegaruh signifikan terhadap Y atau tidak. 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

$k$  = Jumlah

variabel bebas

$n$  = Jumlah sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (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 produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Paket Wisata Outbound 5G Resorts.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Paket Wisata Outbound 5G Resorts.

## 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)

Untuk mengetahui apakah secara sendiri-sendiri (parsial) variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y atau tidak. Dikatakan berpengaruh jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . 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 Unaradjan (2013:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$

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% ( $\alpha = 0,050$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket Wisata Outbound 5G Resorts.  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Paket Wisata Outbound 5G Resorts.