

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perum DAMRI Cabang Bogor yang tepatnya berada di Jalan Raya Cipaku No.17 Kabupaten Bogor. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 6 (enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada Bulan Maret 2023, dilanjutkan dengan pengajuan ijin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

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
Observasi Awal																								
Pengajuan Ijin Penelitian																								
Persiapan Instrument Penelitian																								
Pengumpulan Data																								
Pengolahan Data																								
Analisis dan Evaluasi																								
Penulisan Laporan																								
Seminar Hasil Penelitian																								

Sumber : Penelitian (2023).

### 3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sujarweni dalam stauss dan corbin (2020), yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kuantitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain tersebut.

Menurut Sujarweni, (2020:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Adapun pengertian penelitian kuantitatif yang dikatakan oleh Sujarweni dalam Kasiram,(2020:39) adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

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

#### **3.3.1 Populasi**

Sugiono (2021:126) mengatakan 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. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda -benda alam lain, populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang di pelajari. Tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Namun pendapat Abubakar (2021:58) Populasi penelitian ini adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel sekumpulan yang memenuhi syarat - syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi adalah seluruh subyek penelitian, dapat berupa orang maupun wilayah. Populasi atau *universe* ialah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Jadi populasi dalam penelitian adalah keseluruhan sumber data atau subyek penelitian atau sumber-sumber yang menjadi tempat akan diperoleh data.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Damri di Bogor yang jumlahnya tidak diketahui, masyarakat Kabupaten Bogor yang berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik untuk tahun 2020 (data terakhir yang tersedia) sebanyak 1,05 juta jiwa sesuai tabel dibawah ini.

**Tabel 3.2. Jumlah Penduduk Kota Bogor 2020**

NO	KECAMATAN	JUMLAH PENDUDUK
1.	Kecamatan Bogor Selatan	204,03 ribu
2.	Kecamatan Bogor Timur	104,33 ribu
3.	Kecamatan Bogor Utara	186,72 ribu
4.	Kecamatan Bogor Tengah	96,26 ribu
5.	Kecamatan Bogor Barat	233,72 ribu
6.	Kecamatan Tanah Sereal	228,09 ribu
	<b>Total Penduduk</b>	<b>1,05 juta</b>

Sumber: BPS Kota Bogor (2023).

### 3.3.2 Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2021:127) 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).”

Secara lebih singkatnya sampel adalah bagian dari populasi, sehingga sampel inilah yang akan mewakili seluruh populasi. Karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

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

Keterangan: 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:

$$1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)$$

$$n = \frac{\dots}{(0,1)^2} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Penulis akan menggunakan teknik *Probability Sampling*, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2021:82). Oleh sebab itu peneliti mengambil sumber data dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Konsumen membeli karena keputusan sendiri (bukan disuruh orang lain)
2. Konsumen pernah menggunakan Damri selama 1 bulan terakhir (minimal 1 kali)
3. Konsumen minimal berumur 17 tahun.
4. Konsumen dapat mengakses layanan ini melalui tiga titik keberangkatan, pool Damri Cipaku Bogor, Botani Square, dan Gunung Putri, dengan tujuan Bumi Ayu.

Adapun pengambilan jumlah sampelnya akan dilakukan secara proporsional tergantung jumlah populasi yang ada di setiap Kota Bogor, seperti yang tersaji pada Tabel 3.3 berikut ini.

**Tabel 3.3. Jumlah Sampel di Kota Bogor**

NO	KOTA BOGOR	JUMLAH		TOTAL SAMPEL
		JIWA	%	
1	Kecamatan Bogor Selatan	204,03 ribu	19%	19 orang
2	Kecamatan Bogor Timur	104,33 ribu	13%	13 orang
3	Kecamatan Bogor Utara	186,72 ribu	17%	17 orang
4	Kecamatan Bogor Tengah	96,26 ribu	12%	12 orang
5	Kecamatan Bogor Barat	233,72 ribu	20%	20 orang
6	Kecamatan Tanah Sereal	228,09 ribu	19%	19 orang
JUMLAH 2020		1.05 juta	100%	100 orang

#### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti survey, observasi, dan dokumentasi. Namun peneliti menggunakan cara survey dalam penelitian ini. Survey adalah cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pernyataan diajukan dalam bentuk lisan maka namanya wawancara dan diajukan secara tertulis disebut kuesioner. Berkaitan dengan itu, cara

survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu wawancara (*interview* dan kuesioner). Pada penelitian ini penulis memakai kuesioner dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini melalui pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada pengguna Perum Damri Bogor 100 responden.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

Definisi variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Sehingga peneliti bisa mengetahui cara untuk mengukur variabel dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

#### **3.5.1 Variabel Bebas**

Variabel ini sering di sebut variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen(terikat). Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang penulis definisikan sebagai berikut:

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

Menurut Kotler (2019:130) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. 5 indikator kualitas pelayanan menurut Zeithaml dan Berry dalam Arif (2019:130), yaitu

1. *Tangible* (berwujud) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. *Reability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurat yang tinggi.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* dan kepastian (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*creadibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

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

Harga ialah penjumlahan berupa uang, dilakukan penagihan pada sebuah barang ataupun pelayanan, dengan penilaian untuk menukarkan dari pelanggannya, dengan perolehan kemanfaatan dari barang ataupun dalam bentuk pelayanan.

4 indikator harga Kotler dan Armstrong (2021:165), yaitu :

### **1. Keterjangkauan harga**

Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

### **2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk**

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

### **3. Daya saing harga**

Yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

### **4. Kesesuaian harga dengan manfaat**

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

## **3. Lokasi (X3)**

Tiga macam tipe interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang berhubungan dengan pemilihan lokasi Hurriyati (2019:55) yaitu, Pelanggan mendatangi penyedia jasa, Penyedia jasa mendatangi pelanggan, atau Penyedia jasa dan pelanggan melakukan interaksi melalui perantara. Adapun Indikator lokasi menurut Hurriyati (2019:59) sebagai berikut :

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
3. Lalu lintas (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu (1) banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impluse buying*, (2) kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang cukup untuk perluasan usaha dikemudian hari.
7. Persaingan, yaitu lokasi persaingan.
8. Peraturan pemerintah.

### **3.5.2 Variabel terikat**

Dependent variabel sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering di sebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2019:69). Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan (Lupiyoadi dalam Puspitasatri, 2019:158).

Indikator kepuasan pelanggan menurut Lupiyoadi (2019:92) :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Untuk memahami serta mengetahui lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman tabel 3.2 di bawah ini :

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

Variable	Definisi	Indikator	Ukuran
Kualitas pelayanan (X1)	bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang di harapkan.	1. <i>Tangible</i> (bukti fisik) 2. <i>Reability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (empati)	Skala Likert

Harga (X <sub>2</sub> )	sejumlah uang yang di bebaskan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara.	1.Keterjangkauan harga 2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3.Daya saing harga 4.Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert
Lokasi (X <sub>3</sub> )	Dalam studi tentang wilayah, yang dimaksud dengan ruang adalah permukaan bumi baik yang ada di atasnya maupun yang ada dibawahnya sepanjang manusia masih bisa menjangkaunya.	1.Akses 2.Visabilitas 3.Lau lintas ( <i>traffic</i> ) 4.Fasilitas perpalkiran 5.Lingkungan	Skala Likert
Keputusan pelanggan (Y)	Perilaku kepuasan pelanggan adalah tingkatan sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Apabila kinerja produk jasa lebih kecil dari harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Dan apabila kinerja yang dihasilkan melebihi dari yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas dan senang.	1.Merasa puas dengan kualitasnya 2.Merasa puas dengan layanannya 3.Rasa senang dan bangga 4.Puas dengan harga yang ditawarkan harga sesuai dengan kualitas	Skala Likert

Sumber : peneliti (2023)

### 3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab semua rumusan masalah. Data-data yang dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Sehingga antara variabel *dependen* dan variabel *independen* akan diketahui pengaruhnya terhadap Perum DAMRI Cabang Bogor.

#### 3.6.1 Skala Dan Angka Penafsiran

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai hasil penelitian, peneliti menyiapkan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh calon responden. Adapun penilaiannya menggunakan Skala Likert, setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) alternatif dari sangat positif dengan skor 5 dan sampai negatif dengan skor 1, yakni dalam bentuk kata-kata sebagai berikut.

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 pernyataan yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Untuk menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan diklasifikasikan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju dengan apa yang tercantum dalam pernyataan-pernyataan. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

**Tabel 3.4 Angka Penafsiran**

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

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

### 3.6.2 Persamaan Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis Regresi berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent*-nya minimal 2 atau lebih (X1), (X2), (X3) (Xn) dengan

satu variabel terikat (Sugiyono, 2008:277). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$\underline{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan pelanggan)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b<sub>1</sub>...b<sub>3</sub> = Koefisien regresi (konstanta) X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>

X<sub>1</sub> = Variabel *independent* 1 (Kualitas pelayanan)

X<sub>2</sub> = Variabel *independent* 2 (Harga)

X<sub>3</sub> = Lokasi Variabel *independent* 3 (Lokasi) e = Standar error

Sumber: (Sugiyono 2013:277)

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji-F (uji simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji parsial).

### **3.6.3 Uji Kualitas Data**

Baik buruknya suatu penelitian tergantung dari benar tidaknya suatu data karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembuktian hipotesis.

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji keabsahan yang ditunjukkan pada konsistensi antara data dengan kenyataan yang sebenarnya (Afifpudin dan Saebani, 2018:188). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:35). Perhitungan validitas item dilakukan dengan mengkorelasikan tiap butir dengan skor total. Interpretasi terhadap koefisien korelasi untuk menyatakan validitas sebuah *item*, jika koefisien korelasi menunjuk pada angka minimal: 0,3 semakin tinggi koefisien korelasinya semakin tinggi tingkat validitas sebuah item. Guna melihat valid atau tidaknya butir kuesioner maka dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (Hamidi dalam Wicaksono, 2013:36).

## 2. Uji reliabilitas

Pengujian realibilitas instrument menurut Sujarweni dalam Sugiyono (2020:108) dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan test-test (*stability*), *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik-teknik tertentu. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedstisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Menurut Sujarweni (2020:120) uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dalam uji normalitas ini terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal yaitu dengan analisis grafik dan statistik. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Sminorv*.

Uji *Kolmogorov-Sminorv* merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat lain, yang sering menggunakan uji normalitas dengan menggunakan grafik. Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *KolmogorovSminorv Z (I-Sample K-S)* :

- a. jika nilai *Asym (2-tailed)* < 0,05 maka H0 ditolak. Hal ini berarti data residul tidak berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai *Asym. Sig (2-tailed)* > 0,05 maka H0 diterima. Hal ini membuktikan bahwa data residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali dalam Indriyanto, 2013:40). Adapun dasar pengambilan keputusan analisis uji heteroskedastisitas adalah:

- a. jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebar dan 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

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:44). Jika variabel *independent* saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* =0. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinier dilakukan dengan mengkorelasikan antar variabel bebas dan apabila korelasinya signifikan antar variabel bebas tersebut maka terjadi multikolinieritas. Setelah model terbebas dari asumsi klasik regresi maka langkah selanjutnya dengan melakukan uji hipotesis.

Pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai berikut :

1. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan VIF > 10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

### 3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* (kualitas pelayanan, harga, lokasi) terhadap variabel *dependent* (kepuasan pelanggan) baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial).

#### 1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan pengujian terhadap signifikansi model secara simultan atau bersama-sama. Uji simultan digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel *independent* secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:45). Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F kritis ( $F_{tabel}$ ) dengan  $F_{hitung}$  yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$ , tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (n-k)$  dan  $(k-1)$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya secara statistik dapat diartikan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  (hipotesis alternatif) diterima artinya secara simultan dapat dibuktikan bahwa semua variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Untuk mengetahui besarnya persentase dari model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini apakah telah mampu menjelaskan informasi yang terkandung dalam data dengan cara menghitung besarnya pengaruh langsung dari tiap variabel *dependent*.

Kelemahan mendasar penggunaan determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel *independent* maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R square* pada saat

mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti *R square*, nilai *Adjusted R square* dapat naik atau turun apabila satu variabel *independent* ditambahkan kedalam model.

Dalam kenyataan nilai *Adjusted R square* dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Ghozali dalam Wicaksono (2013:47) jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted R square* negatif maka nilai *Adjusted R square* dianggap bernilai nol. Secara sistematis jika nilai *R square* = 1 maka *Adjusted R square* = *R square* = Sedangkan jika nilai *R square* = 0, maka *Adjusted R square* = (1-k) / (n-k). Jika  $k > 1$ , maka *Adjusted R square* akan bernilai negatif.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel *independent* secara individu atau parsial berpengaruh dominan terhadap variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai thitung masing-masing koefisien regresi dengan nilai t tabel tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan df (n-k-1), dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Kriteria yang digunakan adalah (Ghozali dalam 37 Wicaksono, 2013:46) :

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

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

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y). Besarnya  $R^2$  dihitung dengan rumus (Yuliara, 2016:4):

$$r^2 = \frac{(b_1 \sum x_1 y) + (b_2 \sum x_2 y)}{\sum y^2}$$

Jika  $R^2 = 0$ , maka variasi variabel-variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) tidak sedikitpun dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi. Jika  $R^2 = 1$ , maka variasi variabel-variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) dapat menjelaskan dengan sempurna variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi (Yuliara, 2016:4).

Adapun pada penelitian ini koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom

*Adjusted R Square* pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

#### 4. Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel *independent* yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel *dependent* nya adalah dengan cara melihat *Standardized Coefficient Beta*. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel *independent* yang mempunyai nilai *Standardized Coefficient Beta* paling besar yang mempunyai arti bahwa variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan atau berpengaruh terhadap variabel *dependen*.