

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Agen Anki Inka Batujaya Karawang pada bulan April 2022 sampai dengan Juni 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel. 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	April 2022				Mei 2022				Juni 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Obsevasi Awal	■	■										
Pengajuan ijin penelitian	■	■										
Persiapan instrumen			■	■								
Penelitian			■	■								
Pengumpulan data					■	■						
Pengolahan data					■	■						
Analisis dan evaluasi							■	■				
Penulisan laporan									■	■		
Seminar hasil penelitian											■	■

Sumber : Rencana Penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian survei, dimana penelitian dilakukan dengan mengumpulkan informasi untuk para responden dengan cara menyusun pernyataan. Penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara, terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2019:15).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek transaksi atau kejadian yang menarik untuk diteliti (Kuncoro 2021 : 122) karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 30 retailer pada Agen Anki Inka.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2021 : 73) sampel penelitian ini di ambil sebanyak 30 orang, dasar pengambilan sampel berdasar (Wallen 2021 : 231) yaitu apabila subyek kurang dari 100 lebih baik diambil semua penelitiannya merupakan penelitian merupakan penelitian total populasinya.

Untuk itu sampel diambil dari populasi harus benar mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Teknik sampling jika semua anggota populasi di gunakan sebagai sampel, hal ini di lakukan jika jumlah kurang dari 30 Menggunakan sampel jenuh sebanyak 30 Orang

Tabel 3.2 Sampel

NO	Nama Retailer	Pembelian Per-Tahun
1	Ibu Tarsem	175.500.000
2	Ibu Ajeng	165.480.000
3	Hj. Iclang	158.538.000
4	Ibu . Eka	157.730.000
5	Bp.Ali	155.800.000
6	BP. Eko	148.800.000
7	Ibu. Sainah	148.730.000
8	Ibu . Darti	145.373.000
9	Bp.Udin	137.414.000

10	Ibu. Sinta	135.485.000
11	Ibu. Ulfa	135.344.000
12	Ibu. Ika	135.100.000
13	Bp. Udin	135.000.000
14	Ibu, Euis	134.400.000
15	Bp. Awi	133.482.000
16	Bp. Ruben	130.488.000
17	Ibu. Bintang	128.800.000
18	Bp. Yatno	127.328.000
19	Ibu. Euis Yasmilah	122.483.200
20	Ibu. Ratna	118.844.000
21	Bp. Asmin	118.790.000
22	Ibu. Karmila	117.800.000
23	Bp. Oman	117.700.000
24	Bp. Miati	115.480.000
25	Bp. Rahmat	115.444.000
26	Bp. Tusna	113.923.000
27	Ibu. Nining	103.480.000
28	Bp. Sudarmo	101.480.000
29	Bp. Aris	101.444.000
30	Bp. Toha	100.317.000

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dapat kita ketahui bahwa dalam proses pengumpulan data ada beberapa cara yang dapat digunakan. Menurut Hardani dkk (2020:120) 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. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara.

Pengumpulan data juga dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber primer adalah sumber daya yang langsung memberikan data kepada pengumpul data sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Menurut Bahri (2018:85) terdapat beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi (*Observation*)

Proses pengumpulan data dengan melakukan pencatatan atas perilaku seseorang, hewan, benda atau suatu peristiwa dengan pengamatan secara langsung dan tahap melalui proses pertanyaan. Instrument yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan.

2. Wawancara (*Interviews*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan kepada objek penelitian. Hasil wawancara tersebut dicatat dan akan menjadi data penelitian. Teknik wawancara dapat dilakukan bila sampel penelitiannya kecil. Wawancara biasanya dilakukan dengan cara tatap muka atau lewat alat bantu.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data lebih efisien dan cocok digunakan bila jurnal responden cukup besar dan letak geografisnya terpancar atau luas.

3. Kuesioner (*Questionnaire*)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data lebih efisien dan cocok di gunakan bila jurnal responden cukup besar dan letak geografisnya terpancar atau luas.

4. Dokumentasi (*Documentation*)

Metode pengumpulan data melalui sumber data sekunder adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak ditunjukkan langsung kepada subjek penelitian, serta dokumen yang diteliti terdapat berbagai jenis dan tidak hanya dokumen resmi, bisa berupa buku harian, surat pribadi, laporan notulen rapat dan dokumen-dokumen lainnya.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan definisi dari variabel yang telah dipilih dipilih oleh peneliti. Dengan demikian maka peneliti mampu mengetahui bagaimana cara melakukan penelitian 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 yaitu kualitas pengiriman, waktu pengiriman dan pelayanan yang peneliti didefinisikan sebagai berikut.

1. Kualitas Pelayanan (X^1)

Menurut Meithiana Indrasari (2019:57) pelayanan (*costomer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Oleh sebab itu terdapat 5 indikator pelayanan.

1) Tangible (bukti fisik)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal .

2) Reliability (keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya .

3) Responsiveness (daya tanggap)

Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada pelanggan.

4) Assurance (jaminan)

Merupakan pengetahuan kesopanan dan kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5) Emphaty (empati)

Memberi perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2. Waktu Pengiriman

Waktu pengiriman adalah sebuah ketepatan dan kesesuaian terhadap kecepatan dalam pengiriman sehingga dapat berjalan sesuai apa yang diharapkan dan mampu memberikan pengiriman yang terbaik bagi konsumen. Oleh sebab itu terdapat 2 indikator ketepatan waktu

- 1.) Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan.
- 2.) Ketepatan waktu pengiriman yang akan dikirim.

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independen variabel*). Dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian. Menurut Setiadi (2019:323) proses pengambilan keputusan merupakan pilihan yang rumit yang sering melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Pada intinya, walaupun pemasar sering mengacu pada pilihan antara objek (kualitas pelayanan dan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan).

Menurut Fandy Tjiptono (2019:123) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Oleh sebab itu ada 7 indikator kepuasan pelanggan.

1) Terpenuhi harapan pelanggan.

Apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen untuk ada disuatu tempat perbelanjaan.

2) Selalu menggunakan produk.

Perasaan yang puas dan rasa cinta kepada produk tersebut sehingga senantiasa menggunakan produk tersebut.

3) Merekomendasi ke orang lain

Seseorang yang merasa nyaman kepada sebuah produk dan percaya terhadap produk tersebut dan merekomendasikan kepada orang lain.

4) Kualitas layanan

Seseorang yang merasa puas atau tidaknya terhadap pelayanan yang diberikan.

5) Loyalitas

Kesetiaan seseorang kepada suatu produk dan senantiasa berbelanja kembali.

6) Reputasi yang baik

Penilaian suatu kepuasan pelanggan kepada perusahaan

7) Lokasi

Suatu tempat yang menyediakan produk atau jasa.

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SEKALA
Kualitas pelayanan (X ₁)	Pelayanan (costomer service) secara umu adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini	1.Tangible 2.Reliability 3.Responsiveness 4.Assurance 5.Emphaty (Harfika dan Abdullah 2017:48)	Skala Likert

	keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. (Meithiana Indrasari 2019:57)		
Waktu pengiriman (X ₂)	Waktu pengiriman adalah sebuah ketepatan dan kesesuaian terhadap kecepatan dalam pengiriman sehingga dapat berjalan sesuai apa yang diharapkan dan mampu memberikan pengiriman yang terbaik bagi konsumen.	1. Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan. 2. Ketepatan waktu pengiriman yang akan dikirim. (Juniariska 2020:148)	Skala Likert
Kepuasan pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. (Fandy Tjiptono 2019:123)	1. Terpenuhinya harapan pelanggan 2. Selalu menggunakan produk 3. Merekomendasi ke orang lain 4. Kualitas layanan 5. Loyalitas 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi	Skala Likert

Sumber : peneliti (2022)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang harus dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah

sehingga bisa diambil kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel *independent* 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 = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 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 dan pernyataan. Jawaban atas pertanyaan dan pernyataan itu lah nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokan 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 mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Interval Angka Penafsiran.= (skor tertinggi - skor terendah)/n

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

$$= 0,80$$

Tabel 3.4 Angka Penafsiran

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

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (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 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji kuliatas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berdasarkan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Bahri (2018:105) menyatakan bahwa, validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kepalidan atau kehasilan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga kolerasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkolerasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor dengan rumus korelasiproduct moment.

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

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum X_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber: Arikunto dalam Bahri (2018:105)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program For Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected item- total Correlation pada tabel item – total statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut.

2. Uji Realibilitas

Setalah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji realibilitas. Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan *reliable* 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 *reliable* atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apa bila digunakan berkali-kali pada

waktu yang berbeda. Dalam uji realibilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau *Alpha* sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus *Alpha*, sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_1^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Riliabilitas Intrumen

n = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum S_i^2$ = Jumlah Varians Total

S_1^2 = Varians skor total

Sumber: Arikunto dalam Susanto (2020:74)

Namun demikian dalam penelitian ini *reliable* tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan Statistical Program For Social Science (SPSS). Guna melihat *reliable* atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach s alpha* yang terdapat pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai Cronbach s Alpha tersebut lebih besar dari 0,6, maka dapat di katakan bahwa semua intrumen yang di gunakan dalam penelitian ini handal (*reliable*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji reliabilitas dilakukan uji yang wajib untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLP). Uji asumsi klasik yang

biasa digunakan dalam sebuah penelitian di antaranya meliputi, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Beberapa perbaikan, baik pengecekan kembali data outline maupun *recollecetteror* data dapat dilakukan untuk memastikan valid atau tidaknya data tersebut.

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *independen*, variabel *dependent* atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang di prediksi. Jika varians dari nilai residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka di sebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya maka di sebut heteroskedastisitas

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel *independen*. Jumlah *independent* yang lebih dari satu variabel kemungkinan akan terjadi adanya korelasi yang cukup tinggi antara variabel *independen*. Uji asumsi klasik multikolinieritas ini di gunakan dalam analisis regresi liner berganda yang menggunakan dua variabel bebas atau lebih ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dimana akan di ukur tingkat ke eratan (*asosiasi*) pengaruh antar variabel bebas tersebut mulai besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini *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 .

3.6.4 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda merupakan analisis yang menghubungkan antara dua variabel *independen* atau lebih dengan variabel *dependen*. Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih (Bahri,2018 : 195). Guna menguji pengaruh beberapa variabel independen dan variabel dependen dapat di gunakan model matematika sebagai berikut.

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

Keterangan :

- Y = Variabel Terikat (kepuasaan retailer)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
- X_1 = Kualitas pelayanan
- X_2 = Waktu pengiriman
- e = Standar error

Sumber : Bahri (2018:195)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program For Social Science* (SPSS). Khususnya penelitian ini peneliti akan menggunakan metode *enter*. Sebelum melakukan analisis regresi linar berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data

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), Uji F (Uji simultan).

1. Uji Parsial (uji t)

Uji T digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial).

Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai t

r = Koefisien korelasi

r² = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

sumber : Sugiyono (2018:275)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

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

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

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

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

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

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

Artinya variabel kualitas pengiriman, waktu pengiriman dan pelayanan secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan supplier.

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

Artinya variabel kualitas pengiriman, waktu pengiriman dan kepuasan supplier secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan supplier

1. 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.

2. 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 :

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

Keterangan:

F_h = Nilai uji F

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Sumber: Sugiyono (2015:298)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakuakn 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:

Ho : $\beta_i = 0$: Artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Ha : $\beta_i \neq 0$: Artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Peng

ujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapa diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

a. $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan , waktu pengiriman secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan retailer.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan , waktu pengiriman secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan retailer .