

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Bakso Lariza yang beralamat di Jl. Alternatif Tapos-Ciawi, Desa Citeko, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16750, Indonesia. Waktu penelitian pada bulan Maret 2024 sampai dengan Agustus 2024 sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1. 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.	Penyusunan Proposal																								
2.	Seminar proposal																								
3.	Perubahan Perbaikan																								
4.	Proses Bimbingan																								
5.	Ujian Sidang Skripsi																								
6.	Perbaikan Skripsi																								
7.	Persetujuan Skripsi																								

Sumber: Penulis 2024

3.2. Jenis Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif, dengan adanya variabel yang akan dicari hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran mengenai hubungan antara variabel – variabel yang diteliti. Menurut Sugiono (2019:16) Metode penelitian kuantitatif yaitu digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiono (2019:126) menyatakan populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Oleh sebab itu, penulis menarik kesimpulan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan yang pernah membeli di Warung Mie Ayam Lariza.

3.3.2. Sampel

Slamet Rianto (2020:11) populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui sehingga menggunakan rumus lemeshow untuk mengetahui nya :

Keterangan:

n: jumlah sampel minimal Z: tingkat kepercayaan

p: maxsimal estimation (0,5)

D: limit dari error atau presisi absolut

Dengan menerapkan rumus tersebut, maka diketahui sampel yang diambil sebagai berikut:

Z = 1,96

P = 0,5

D = 0,1

n = 96,04

$$n = \frac{0,5 (1 - 0,5) (1,96)^2}{(0,1)^2} = 96,04$$

(Berdasarkan hasil 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden)

Sehingga diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 Responden yang akan di bulatkan menjadi 100 Responden Alasan sample dibulatkan ke 100 orang karena jika salah satu kuesioner terdapat data yg kurang valid maka bisa menggunakan isian kuesioner yg lebih tersebut. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel. Kriteria responden sebagai berikut :

1. Responden usia 17 tahun – 65 tahun
2. Responden yang mampu membaca dan memahami sehingga dapat mengisi kuisisioner dengan baik.
3. Responden yang tergolong pelanggan yang pernah membeli Mie Ayam Lariza

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian warga disekitar Desa Citeko Kecamatan Cisarua yang pernah mengunjungi Warung Mie Ayam Lariza, dengan ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang pelanggan Warung Mie Ayam Lariza.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pemilihan dengan cara teknik angket atau kuisioner dalam penelitian ini agar memperoleh data yang akurat secara langsung dari pelanggan yang pernah mengunjungi Warung Bakso Lariza. Kuisioner dalam penelitian ini terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel harga, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner tertutup dan berskala yaitu kuisioner yang sudah disediakan pertanyaan sehingga responden hanya tinggal mengisi jawaban dengan memberi tanda *check list* pada kolom pilihan jawaban tersedia, dan skor tiap pilihan dalam kuisioner.

Menurut Sugiono (2019:455) teknik pengumpulan data yaitu langkah yang paling utama untuk melakukan penelitian. Karena tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan hasil data. Pengumpulan data yang digunakan berbagai sumber dan berbagai cara. Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data digunakan pada natural setting (kondisi alamiah, sumber data primer dan pengumpulan data lebih banyak menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Sumber primer dan sekunder.

1. Sumber primer

Data yang diperoleh peneliti secara langsung.

2. Sumber sekunder

Sumber yang tidak langsung diberikan data kepada peneliti atau pengumpul data. Oleh karena itu data yang telah diuji validitas dan reabilitas, belum tentu dapat menghasilkan data belum pasti valid dan reliabel apa bila data yang gunakan tidak tepat dalam pengumpulan datanya. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara teknik pengumpulan data, maka pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, observasi, kuisioner, amgket, dan gabungan dari ketiganya.

Selanjutnya bila dilihat dari segi cara teknik pengumpulan data maka pengumpulan data bisa dilakukan dengan observasi, wawancara (interview), kuisioner angket, dan gabungan ketiganya.

- a. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui

kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti lebih lanjut. Wawancara adalah suatu percakapan antara dua orang atau bisa juga lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara.

c. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden

3.5. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independent dan variabel dependent.

3.5.1. Variabel Bebas

Menurut Sugiono (2019:69) variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan munculnya variabel dependent (terikat). Penelitian ini terdapat dua variabel independent yang digunakan yaitu Harga dan Kualitas Layanan.

1. Harga (X1)

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Sunyoto (2020:130) Harga adalah “uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara”. Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk. Adapun indikator Harga meliputi :

a. Keterjangkauan Harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target pasar yang dituju.

b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa.

Penilaian pelanggan terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan kaitanya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada pelanggan sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.

c. Daya Saing Harga.

Harga yang ditawarkan lebih tinggi atau dibawah rata-rata.

d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

Pelanggan akan merasakan puas apabila mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan yang dikeluarkan oleh penjual.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas Pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pertiwi (2021:68) menyatakan kualitas Pelayanan berkaitan dengan Tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan/harapan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Armaniah (2019:64) terdapat lima dimensi kualitas Pelayanan yaitu :

a. Bukti Fisik (*Tangibels*)

Adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.

b. Keandalan (*Realibility*)

Realibility adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya,

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah daya tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsive serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

d. Jaminan (*Assurance*)

Assurance adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

e. Empati (*Empathy*)

Empathy adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

3.5.2. Variabel Terikat

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

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Tjiptono dalam Risdah (2019:12) kepuasan pelanggan merupakan elemen utama dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern yang dapat terwujud apabila tujuan pemasar, kompetensi dan kapasitas, Menurut Indrasari (2019:92) yaitu :

- a. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya. Antara lain meliputi :
 - 1) Produk yang diperoleh sesuai melebihi dengan yang diharapkan.
 - 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan.
 - 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan Kembali produk atau jasa terkait meliputi :
 - 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan lebih memuaskan
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa nya.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan terasa memadai.

- c. Ketersediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya. Antaralain meliputi :
- 1) Menyarankan teman atau keluarga untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan karena pelayanannya memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau keluarga untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.
 - 3) Menyarankan teman atau keluarga untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan terasa memadai.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Harga (X1)	Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	SkalaLikert
Kualitas Pelayanan(X2)	Pertiwi (2021:68) menyatakan kualitas layanan berkaitan dengan Tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan/harapan pelanggan.	1. Bukti Fisik (Tangibles) 2. Keandalan (Reliability) 3. Daya Tanggap (Responsiveness) 4. Jaminan (Assurance) 5. Empati (Empathy)	SkalaLikert

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Kepuasan Pelanggan(Y)	Menurut Tjiptono dalam Risdah (2019:12) kepuasan pelanggan merupakan elemen utama dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern yang dapat terwujud apabila tujuan pemasar, kompetensi dan kapasitas, serta pilihan produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan	Skala Likert

Sumber : Penulis (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

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

3.6.1. Skala Likert dan Angka Penafsiran

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuisioner, kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan yang disusun untuk dikasih kepada responden dan dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian tertentu. Selanjutnya setiap butir pernyataan diberikan bobot nilai sesuai dengan jawaban responden, dengan ketentuan sebagai berikut :

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1. Sangat Setuju (SS) | = 5 |
| 2. Setuju (S) | = 4 |
| 3. Netral (N) | = 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

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

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X 1 : Harga

X 2 : Kualitas Pelayanan

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien Regresi

e : Error

Sumber: Riyanto dan Aglis (2020:140)

3.6.3. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesalahan suatu instrument. Suatu instrument dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diukur. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Dalam penyusunan kuisioner pertanyaan yang ingin diajukan perlu dipastikan untuk menentukannya sebelumnya harus jelas variabel yang diukur. Menurut Sugiyono (2017:125) menyatakan bahwa derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek dengan ada yang dikumpulkan oleh peneliti.

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

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

Keterangan:

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

X = Skor variabel

Y = Skor total dari variabel

n = Jumlah responden

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

2. Uji Reliabilitas

Setelah menentukan validitas instrument penelitian, langkah selanjutnya adalah mengukur reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi jenis data likert/essay. Untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dapat dilihat rumusnya sebagai berikut :

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

keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

S_i = jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varian total

K = Banyaknya butir pertanyaan

Sumber : Huda (2020:19)

Uji Reliabilitas menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya pernyataan maka dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha yang tertera pada tabel Reliability Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai Reliability Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

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

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2018:161). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara yang bisa digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu:

Analisis Grafik Menurut Ghozali (2018:161) salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang

membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan P-P Plot yaitu:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas menggunakan histogram akan terdistribusi secara normal apabila grafik histogram membentuk lonceng atau gunung.

2. Uji Multikolinieritas

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

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

- a. Jika nilai *tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinieritas
- b. Jika nilai *tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinieritas
- c. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF: Jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinieritas Jika nilai VIF > 10.00 maka terjadi multikolinieritas
- d. Jika nilai *tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinieritas
- e. Jika nilai *tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinieritas
- f. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF: Jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinieritas. Jika nilai VIF > 10.00 maka terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Riyanto dan Aglis (2020:139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola titik pada grafik Scatter Plot. Pada metode Scatter Plot, kriteria dalam penilaian adalah sebagai berikut:

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

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

3.6.5. Uji Hipotesis

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

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

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical*

Program For Social Science (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel analysis of variance (ANOVA) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Kriteria pengujian koefisien regresi secara simultan ini adalah:

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

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

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

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

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

2. Uji parsial (Uji T)

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

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

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 \leq 1$) bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 hampir mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada *model summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.