

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Warkop Naik Kelas Grand Wisata pada bulan Februari 2024 sampai dengan Juli 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Februari				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	2	3	4
1	Observasi Awal																												
2	pengajuan Izin Penelitian																												
3	Penyusunan Bab I, II, III																												
4	Pengumpulan Draft Proposal																												
5	Seminar Proposal																												
6	Perbaikan Proposal Skripsi																												
7	Persiapan Instrumen Penelitian																												
8	Pengumpulan Data																												
9	Pengolahan Data																												
10	Penyusunan Bab IV dan V																												
11	Pengumpulan Draft Skripsi																												
12	Seminar Hasil Penelitian																												

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang menggunakan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022, p. 16).

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Dalam hal ini populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai jumlah dan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasinya tidak hanya terdiri dari manusia saja, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya. Populasi tidak hanya sekedar jumlah objek/subyek pelajaran yang diteliti, tetapi

mencakup seluruh sifat atau ciri-ciri yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2022, p. 126).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Jumlah konsumen berdasarkan informasi dari pihak Warkop Naik Kelas Grand Wisata selama enam bulan terkakhir yaitu 4.048 pengunjung. Maka dari itu dalam penelitian ini penulis menggunakan angka 4.048 sebagai populasi penelitian.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari setiap aspek populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya dapat diterapkan pada populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2022, p. 127).

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

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Presisi yang ditetapkan

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{4.048}{4.048 (0.1^2) + 1} = \frac{4.048}{40,48 + 1} \\ &= \frac{4.048}{41,48} = 97,58 \text{ (dibulatkan menjadi 98 responden)} \end{aligned}$$

Untuk memperoleh sampel *representatif* yang dapat mewakili populasi penelitian di atas, penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022, p. 133). Oleh karena itu peneliti tidak memutuskan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan mengambil sampel secara acak yang dianggap cocok untuk dijadikan sumber data dan memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Terlihat antusias dalam memilih menu yang akan dikonsumsi.
2. Konsumen yang sudah pernah berkunjung atau singgah minimal satu kali dalam membeli makanan atau minuman di Warkop Naik Kelas Grand Wisata.
3. Konsumen yang membeli makanan atau minuman untuk dirinya sendiri.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2022, p. 194) menyatakan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas data penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen, dan kualitas pengumpulan data berkaitan dengan keakuratan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya belum tentu menghasilkan data yang valid dan reliabel apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan data.

Jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan datanya dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data.

Dapat dikemukakan pengumpulan data berdasarkan teknikanya, yaitu melalui wawancara, angket dan observasi.

1. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok untuk digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

3. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dilakukan dalam rangka menghindari perbedaan penafsiran dalam memahami variabel penelitian. Oleh karena itu, variabel-variabel dalam penelitian harus didefinisikan se jelas mungkin dalam bentuk definisi operasional variabel (Machali Imam, 2021, p. 62). 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 suasana dan kualitas pelayanan, yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Suasana (X_1)

Suasana cafe merupakan salah satu faktor penunjang bisnis cafe dimana *atmosphere* yang tercipta dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di setiap cafe yang mereka datangi. Suasana cafe yang tercipta dengan desain interior maupun eksterior, musik, penerangan dan segala sesuatu yang

akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen (Makarueh et al., 2022, p. 2),

Dengan indikator pernyataan sebagai berikut:

- a. Komunikasi Visual,
- b. Pencahayaan,
- c. Warna,
- d. Musik,
- e. Suhu,
- f. Aroma,

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan yang diharapkan konsumen maka kualitas perusahaan tersebut baik. Pelayanan yang baik tersebut akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut (Chandra Teddy et al., 2020, p. 68), dengan indikator pernyataan sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (bukti Fisik)
- b. *Reliability* (Keandalan)
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
- d. *Assurance* (Jaminan)
- e. *Emphaty* (Empati)

3.5.2. Variabel terikat

Variabel Dependent (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam fungsinya, variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain, karenanya juga sering disebut variabel yang dipengaruhi atau variabel terpengaruhi (Chandra Teddy et al., 2020, p. 68). Dalam penelitian ini digunakan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan (Nahlrezha et al., 2022, p. 5). Adapun indikator dari kepuasan konsumen meliputi:

- a. Membeli kembali (*Re-purchase*)
- b. Menciptakan (*Word-of-Mouth*)
- c. Menciptakan Citra Merek
- d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Suasana (X ₁)	Suasana cafe merupakan salah satu faktor penunjang bisnis cafe dimana <i>atmosphere</i> yang tercipta dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di setiap cafe yang mereka datangi. Suasana cafe yang tercipta dengan desain interior maupun eksterior, musik, penerangan dan segala sesuatu yang akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen (Makarueh et al., 2022, p. 2)	a. Komunikasi Visual, b. Pencahayaan, c. Warna, d. Musik, e. Suhu, f. Aroma,	Skala Likert
Kualitas pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan yang diharapkan konsumen maka kualitas perusahaan tersebut baik. Pelayanan yang baik tersebut akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang diperusahaan tersebut (Chandra Teddy et al., 2020, p. 68)	a. <i>Tangibles</i> (bukti Fisik) b. <i>Reliability</i> (Keandalan) c. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) d. <i>Assurance</i> (Jaminan) e. <i>Emphaty</i> (Empati)	Skala Likert
Kepuasan konsumen (Y)	kepuasan konsumen adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran konsumen. (Nahlrezha et al., 2022, p. 5)	a. Membeli kembali (<i>Re-purchase</i>) b. Menciptakan (<i>Word-of-Mouth</i>) c. Menciptakan Citra Merek d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data yang sudah terkumpul akan diolah sehingga dapat diambil kesimpulan sesuai dengan jenis tes yang akan digunakan nantinya. Di akhir kesimpulan akan diketahui apa pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Adapun penilaian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *skala Likert*. Dimana *skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan *skala Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata lain:

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

Sumber: (Sugiyono, 2022, p. 146)

3.6.2. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Regresi berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka regresi tersebut dinamakan regresi linear sederhana. Sebaliknya apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas atau variabel terikat, maka disebut regresi linear berganda. Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a : Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b₁, b₂ : Koefisien regresi (konstanta) X₁, X₂

X₁ : Suasana

X₂ : Kualitas pelayanan

e : Standar Error

Sumber: (Syarifudin & saudi Al Ibnu, 2022, pp. 73–74)

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang ada tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, uji asumsi klasik dilakukan dalam bentuk uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, pengujian hipotesis dilakukan dalam bentuk 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

(Syarifudin & saudi Al Ibnu, 2022, p. 54) menjelaskan bahwa validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid dapat menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat, juga memiliki kecermatan tinggi. Arti kecermatan disini adalah dapat mendeteksi perbedaan-perbedaan kecil yang ada pada atribut yang diukurnya dengan rumus *Pearson Product Moment*

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

N : jumlah subjek

$\sum xy$: jumlah perkalian antara skor x dan y

$\sum X$: jumlah total skor x

$\sum y$: jumlah total skor y

$\sum X^2$: jumlah dari kuadrat x

$\sum y^2$: jumlah dari kuadrat y

Sumber: (Hafni Sahir, 2021, p. 32)

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Untuk melihat valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner maka melihat kolom *Corrected Item-Total Correlation* untuk dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Kaidah perhitungannya jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut dikatakan valid (Machali Imam, 2021, p. 99).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, Ghazali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Syarifudin & Saudi Al Ibnu, 2022, p. 58).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,7 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} : Nilai reliabilitas

k : Jumlah item

$\sum S_i^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t^2 : Varian total

Sumber: (Hafni Sahir, 2021, p. 33)

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Untuk melihat reliabel atau tidaknya item pernyataan kuesioner maka dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,7$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) (Syarifudin & Saudi Al Ibnu, 2022, p. 59)

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Untuk memastikan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan model yang terbaik, dalam hal ketepatan estimasi, tidak bias, serta konsisten, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas (Syarifudin & Saudi Al Ibnu, 2022, p. 35).

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

1. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu/perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu dapat diketahui dari kurva dalam output analisis SPSS berupa suatu kurva seperti lonceng (*bell-shaped curve*) jika data didistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan histogram *regression residual* yang sudah distandarkan. Adapun secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis *explore* dan menggunakan nilai signifikansi pada kolom *kolmogorov-smirnov* (Machali Imam, 2021, p. 114).

2. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji ini ada beberapa cara yang dapat digunakan misalnya metode *Barlet* dan *Rank Spearman* atau *Uji Spearman's rho*, metode grafik *Park Gleyser* (Machali Imam, 2021, p. 127).

3. Uji multikolinieritas

(Machali Imam, 2021, p. 140) Uji Multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinieritas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antara variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika nilai VIF <10 atau memiliki *tolerance* >0,1 maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak terdapat masalah multikolinieritas.

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan pengujian kualitas data dan pengujian asumsi klasik, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis adalah metode pengambilan keputusan berdasarkan 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/Simultan (Uji F)

(Syarifudin & Saudi Al Ibnu, 2022, p. 77) Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel terikat. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Sumber: (Hafni Sahir, 2021, p. 53)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a. jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima)

Artinya variasi model regresi dapat menjelaskan bahwa suasana dan kualitas pelayanan secara (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak)

Artinya variasi model regresi dapat menjelaskan bahwa suasana dan kualitas pelayanan secara (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh X_1 dan X_2 secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Jika selain X_1 dan X_2 semua variabel di luar model yang diwadahi dalam E dimasukkan ke dalam model, maka nilai R^2 akan bernilai 1. Ini berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel penjelas yang dimasukkan ke dalam model (Syarifudin & Saudi Al Ibnu, 2022, p. 80).

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Hafni Sahir, 2021, p. 54).

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$).

$H_0 : t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel terikat terhadap variabel bebas.

$H_1 : t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel terikat terhadap variabel bebas.