

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013:8) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Penelitian kuantitatif artinya metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivism, 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 (Sugiono, 2015:13)".

Untuk menganalisis variable independen (X) yang terdiri dari promosi dan kualitas pelayanan terhadap variable dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik tersebut dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial, dan pengaruh secara simultan antara variable independen (X) yaitu promosi (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap variable dipenden (Y) yaitu kepuasan pelanggan

3.2 Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independen berupa promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Responden yang dijadikan objek penelitian dilakukan oleh peneliti bertempat di Praktek gigi Drg Ruci arum astuti Sukodono Lumajang

3.3 Jenis data dan Sumber data

3.3.1 Jenis data

a. Data primer

Menurut Jonatan Sarwono (2018:16) Penelitian primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama , biasanya disebut responden, Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara, yang termasuk dalam kategori ini adalah : *study kasus, survey, riset eksperimental*

Data primer digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden pelanggan pada Praktek gigi Drg Ruci Arum Astuti Sukodono Lumajang

b. Data sekunder

Menurut Jonatan Sarwono (2018:17) Penelitian sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Penelitian ini juga di kenal dengan penelitian yang menggunakan study kepustakaan dan yang biasanya di gunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kuanitatif

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku-buku, jurnal,

data dari internet tentang pelayanan kesehatan gigi

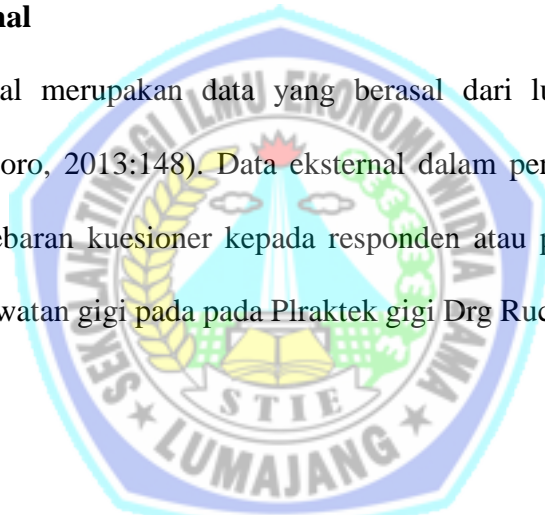
3.3.2 Sumber data

a. Data internal

Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut (Mudrajat Kuncoro, 2013:148). Sumber data penelitian ini adalah data internal. Data internal dalam penelitian ini adalah pelanggan dari praktek gigi Drg Ruci arum astuti Sukodono Lumajang

b. Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut (Mudrajat Kuncoro, 2013:148). Data eksternal dalam penelitian ini berupa data hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden atau pelanggan yang sedang melakukan perawatan gigi pada Praktek gigi Drg Ruci arum astuti Sukodono Lumajang



3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut sugiyono (2013:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan perawatan gigi pada praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang. Dengan jumlah pengunjung rata-rata perbulan 400 pelanggan.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut sugiyono (2013:81) 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 sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Praktek gigi (drg. Ruci arum astuti) Sukodono Lumajang

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013:84) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan teknik *Sampling Purposive*, Menurut (Sugiyono, 2013:85) *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe (1982) dalam (Sugiyono, 2013) sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

- c. Bila dalam penelitian akan dilakukan analisis regresi dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen, dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linear berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil setelah ditingkatkan menjadi 20×3 variabel = 60 anggota sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013:38) Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam yaitu :

- a. Variabel Independen

Merupakan variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. (Sugiyono, 2013:39)

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah promosi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2013:39)

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.5.2 Definisi konseptual

Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) sedangkan variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Teori teori yang mendasari konsep promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut

a. Promosi

Lupiyoadi (2013:178) “promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa”.

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan pengertian promosi adalah usaha dari pemasaran dalam meinformasikan dan memengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya

b. Kualitas pelayanan

Menurut (Kotler, 2012) kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan dimana konsumen akan membuat perbandingan dalam bentuk rasa puas antara yang mereka rasakan dengan apa yang mereka dapatkan.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan dapat penilaian yang baik juga dari pelanggan dan bisa memenuhi apa yang mereka inginkan

c. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut kotler dan Amstrong (2014:150) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tercipta dari apa yang di dapat dari suatu pembelian produk atau pelayanan jasa

3.5.3. Definisi operasional

a. Promosi

Menurut (Buchari Alma, 2011) “promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen”.

- 1) Periklanan (*Advertising*),
- 2) *Events and Experiences*

- 3) Pemasaran Interaktif (*Interaktif marketing*),
- 4) Mulut ke mulut (*Word-Of-Mouth*),

Berdasarkan indikator promosi, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala Likert:

- 1) Praktek gigi (drg. Ruci arum astuti) melakukan promosi di social media instagram
- 2) Pernah mendapatkan potongan harga dari *event sponsorship*
- 3) Bekerjasama dengan salah satu pelanggan untuk melakukan edukasi ke pelanggan lain
- 4) Mengetahui pelayanan pada praktek gigi (drg Ruci arum astuti) dari orang lain atau keluarga

b. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono, (2016:137) “kualitas pelayanan adalah bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Adapun indikator indikatornya adalah sebagai berikut:

- 1) Reliabilitas (*Reliability*)
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*),
- 3) Jaminan (*Assurance*),
- 4) Empati (*Empathy*),
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*),

Berdasarkan indikator kualitas pelayanan, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala Likert:

- 1) Perawatan jasa sesuai yang dijanjikan dan menyelesaikan tepat waktu
- 2) Respon layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan.
- 3) Dokter memberikan perawatan yang terpercaya terhadap keamanan pelanggan
- 4) Sangat mengutamakan pelanggan mulai dari pelayanan dan jam oprasional yang sesuai
- 5) Fasilitas sangat nyaman dan alat yang digunakan untuk perawatan modern

c. Kepuasan pelanggan

Lovelock dan Wright (2007) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah reaksi seseorang pascapembelian sebuah produk atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Adapun indikatornya sebagai berikut

- 1) Kualitas produk atau jasa
- 2) Kualitas pelayanan
- 3) Harga
- 4) Biaya

Berdasarkan indikator kepuasan pelanggan, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala Likert:

- 1) Kualitas yang di hasilkan praktek gigi (drg. Ruci arum astuti) sesuai dengan yang diinginkan
- 2) Pelayanan yang diberikan praktek gigi (drg. Ruci arum astuti) sangat baik dan nyaman
- 3) Harga perawatan di praktek gigi (drg. Ruci arum astuti) terjangkau

- 4) Biaya yang di keluarkan pada praktek gigi (drg. Ruci arum astuti) sesuai dengan manfaat yang diperoleh sebanding

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Menurut sugiyono (2012:142) Instrumen penelitian ialah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini dinamakan variabel penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur Promosi
- b. Instrumen untuk mengukur Kualitas pelayanan
- c. Instrumen untuk mengukur Kepuasan Pelanggan

Skala pengukuran ialah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono 2012:131-132)

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian ini dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut

Tabel 3.1
Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No.	Variabel	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1	Promosi (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan praktek gigi Drg Ruci arum astuti menggunakan media koran 2. Pernah mendapatkan potongan harga, karena membawa rombongan keluarga 3. Bekerjasama dengan masyarakat sekitar Sukodono 4. Pemasaran praktek gigi Drg Ruci arum astuti menggunakan media sosial 5. Mengetahui pelayanan pada praktek gigi Drg Ruci arum astuti dari orang lain atau keluarga 	Interval	(Buchari Alma, 2011)
2	Kualitas pelayanan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan 2. Layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan. 3. Dokter menjamin terhadap keamanan pasien 4. Sungguh-sungguh mengutamakan pelanggan. 5. Dokter dan perawat berpenampilan rapi an professional 	Ordinal	Tjiptono, (2016:137)
3	Kepuasan pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas yang di hasilkan praktek gigi Drg Ruci arum astuti sesuai dengan yang diinginkan 2. Pelayanan yang diberikan praktek gigi Drg Ruci arum 	Interval	Lovelock dan Wright (2007)

No.	Variabel	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		astuti sangat baik dan nyaman		
		3. Harga perawatan di praktek gigi Drg Ruci arum astuti terjangkau		
		4. Dokter dan perawat praktek gigi Drg Ruci arum astuti sangat ramah terhadap pelanggan		
		5. Biaya yang di keluarkan pada praktek gigi Drg Ruci arum astuti sesuai dengan manfaat yang diperoleh sebanding		

3.7 Metode Pengumpulan data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan beberapa metode atau teknik pengumpulan data yaitu :

a. Kusioner

Menurut Sugiyono (2013:142) Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kusioner 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, kusioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang

luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, kuesioner dibagikan secara langsung kepada Pelanggan Praktek gigi (Drg Ruci arum astuti) Sukodono Lumajang. Pengukuran data untuk variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena social. Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

- | | |
|--|---|
| 1) Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang/kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/ sangat negative diberi skor | 1 |

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses dan psikologis. Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang langsung ke pelanggan praktek gigi (Drg Ruci arum astuti) Sukodono Lumajang

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:426). dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Berdasarkan kesesuaian dengan hipotesis serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi berganda dan uji alat statistic SPSS 21 dengan berupa hubungan asosiatif kasual, yang digunakan dalam mengetahui variabel independen dalam memprediksi variabel dependen penelitian ini. kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruhnya yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjanging dan responden, di mana asumsi yang harus dipenuhi oleh kuesioner ialah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner yaitu menggunakan uji validitas. Apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner, maka kuisisioner tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013:52).

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:456). Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian.

Uji reliabilitas bisa dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*, (Nugroho, 2011:33). Indeks kriteria reliabilitas dapat dibedakan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,601 – 0,80	Reliabel
4	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2011:33)

Selanjutnya instrumen dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya diatas 0,60.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berfungsi sebagai pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen, dependen atau bahkan keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau sama sekali tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *P Plot*, *Skewness* dan *Kurtosis* atau uji *Kolgorov Smirnov* (Umar, 2011:181). Untuk mendeteksi normalitas data pada penelitian ini di uji dengan uji *Kolgorov Smirnov* yang dilihat dari nilai residual yang dapat dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikan yang ditetapkan. Dimana terdapat dasar pengambilan keputusan :

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terdapat korelasi, maka masalah multikolinieritas harus diatasi (Umar, 2011:177). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana jika nilai < 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (Kurniawan, 2014:157).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mencari tahu apakah terjadi ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Untuk kesamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan

lain maka disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk variasi residual yang berbeda disebut heteroskedastisitas (Umar, 2011:179). Uji heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang digunakan adalah Uji *Glejser*, Uji *Rho Spearman*, Uji *Park* dan Uji *White* (Kurniawan, 2014:158). Pada penelitian ini menggunakan metode dengan uji *Glejser*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda ialah analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:157). Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti memiliki maksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dual atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2012:227). Persamaan regresinya adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu pengambilan keputusan

X = Variabel independen

X1= Variabel kebutuhan informasi

X_2 = Variabel pengetahuan masyarakat

X_3 = Variabel minat masyarakat

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

e = *error*

Dengan menggunakan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu harga dan labelisasi halal yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu pengambilan keputusan. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat perkiraan nilai Y atas X. Data yang digunakan untuk variabel independen X dapat berupa data pengamatan yang tidak ditetapkan sebelumnya oleh peneliti atau disebut data primer maupun data yang telah ditetapkan (dikontrol) oleh peneliti sebelumnya atau disebut data sekunder.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan

a. Uji Statistik t (Uji Parsial)

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:168) bahwa uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar-benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *word of mouth*, harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu

keputusan pembelian secara parsial yang di uji dengan cara signifikan. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

H_a : Terdapat pengaruh promosi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada praktek gigi (Drg Ruci arum astuti) sukodono Lumajang

H_o : Tidak terdapat pengaruh promosi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada praktek gigi (Drg Ruci arum astuti) sukodono Lumajang

b. Hipotesis Kedua

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap kepuasan pada pelanggan praktek gigi (Drg Ruci arum astuti) Sukodono Lumajang

H_o : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap kepuasan pada pelanggan praktek gigi (Drg Ruci arum astuti) Sukodono Lumajang

2) Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel

b. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:167), uji F yaitu uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dengan cara uji signifikan. Adapun hipotesisnya yaitu sebagai berikut:

H_a :Terdapat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada praktek gigi Drg Ruci arum astuti Sukodono Lumajang

3.8.5 Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Sanusi (2011:13) Menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) sama dengan koefisien majemuk yang hampir sama r^2 . R serupa dengan r akan tetapi memiliki perbedaan fungsi (Kecuali regresi linie sederhana) pada regresi linier berganda yaitu menggunakan *R square*.

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah utuk mencari besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada praktek gigi (Drg. Ruci arum astuti) Sukodono Lumajang.