

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal sampai akhir penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, dimulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta tampilan dari hasil penelitian tersebut. (Siyoto, S., & Sodik, M. A. 2015:17)

Sugiyono (2014:8) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat positivisme. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Untuk teknik pengambilan sampel pada umumnya dapat dilakukan dengan cara random.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap variabel dependen (Y) yakni kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh parsial dan simultan antara variabel independen (X) yakni kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen *Cafe Black Semeru* yang terletak di kawasan pinggiran hutan pinus Dusun Sumber Duren, Desa Candipuro, Kecamatan Candipuro. Pertimbangan yang mendasari peneliti dalam memilih tempat tersebut adalah:

- a. *Cafe Black Semeru* sangat dikenal dengan *cafe* yang berkonsep *outdoor* di kalangan masyarakat.
- b. Objek penelitian ini adalah dengan beberapa variabel yang terdiri dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) serta variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang baru dan pertama kali dikumpulkan serta data asli yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya. (Duli, N. 2019:84). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisioner yang telah di isi oleh para responden yaitu konsumen di *Cafe Black Semeru*.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal.

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang yang didapatkan dari dalam perusahaan atau organisasi (Paramita dan Rizal 2018:72). Data internal meliputi data

personalia, data keuangan, data inventaris, data produksi dan data penjualan. Data internal dalam penelitian ini diambil dari data profil *Cafe Black Semeru* dan yang menjadi konsumen *Cafe Black Semeru*.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah data yang didapat dari luar perusahaan atau organisasi (Paramita dan Rizal (2018:72)). Data eksternal meliputi tingkat daya beli masyarakat, perkembangan harga, sikap konsumen, kepuasan konsumen dan lainnya. Data eksternal dalam penelitian ini diambil dari teori landasan yang tepat untuk mendukung penelitian ini, yang berupa buku, artikel, makalah, dan jurnal.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di *Cafe Black Semeru* Candipuro dalam satu bulan pada Februari sampai Maret 2021 yang berjumlah 700 orang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sugiyono (2014:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bagian ini diambil, karena seorang peneliti tidak akan mungkin untuk dapat meneliti seluruh kasus yang ada. Dengan menarik sampel, maka peneliti dapat menarik kesimpulannya. Sampel penelitian ini adalah

konsumen di *Cafe Black Semeru*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*.

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Simple Random Sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2014:82).

Metode mengenai penentuan ukuran sampel untuk penelitian ini menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dalam Ismail (2018:47) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ adalah sebagai berikut :

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas kesalahan (10% dari Populasi yang ada)

Sehingga Perhitungannya dapat diketahui hasilnya sebagai berikut :

$$n = \frac{700}{1 + 700(0.1)^2} = 87,5 = 88$$

Berdasarkan Perhitungan di atas dengan jumlah populasi 700 orang konsumen, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 88 orang (pembulatan dari 87,5).

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Sugiono (2012:59) mendefinisikan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi untuk diambil sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini terdiri atas 3 variabel independen (X) yakni kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan 1 variabel dependen (Y) yakni kepuasan konsumen.

a. Variabel Independen

Sugiyono (2012:59) menyatakan bahwa variabel independen sering disebut sebagai stimulus, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa lain variabel independen juga disebut sebagai variabel bebas yang berarti sebagai variabel yang dapat mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat. Variabel ini dilambangkan dengan (X) yang memiliki pengaruh positif ataupun negatif terhadap variabel dependennya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya antara lain :

- 1) Kualitas pelayanan
- 2) Harga
- 3) Lokasi

b. Variabel Dependen

Sugiyono (2012:59) menerangkan bahwa variabel dependen juga disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen, dan variabel terikat. Variabel dependen yakni variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dikarenakan

adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah kepuasan konsumen.

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang menjelaskan atau menggambarkan suatu konsep dengan menggunakan konsep lain. Definisi ini memberi atau mengubah penjelasan terhadap suatu konsep yang kemungkinan masih menimbulkan sebuah perbedaan tanggapan menjadi kesimpulan pernyataan yang lebih jelas, sehingga maksud dari suatu konsep tersebut dapat mudah dipahami oleh pembaca penelitian (Bakry, 2016:24). Definisi konseptual atas variabel dalam penelitian ini yang meliputi kualitas pelayanan, harga dan lokasi serta kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Lupiyoadi, 2011:65).

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibeli guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Abubakar, 2018:40).

c. Lokasi

Lokasi merupakan faktor utama yang sangat penting dalam mendirikan bisnis perusahaan atau toko konsumen. Penentuan lokasi yang tepat akan berdampak pada persaingan. Jika pemilihan lokasi tidak tepat maka akan berdampak buruk

terhadap perusahaan atau toko, seperti halnya perusahaan akan tutup atau resiko lainnya (Utami, 2017:113).

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan bagi pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan (Nuralam, 2017:58).

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi dengan mengubah konsep-konsep yang bersifat abstrak (tidak empiris) atau yang berupa *constructs* menjadi bentuk yang bisa diukur secara empiris melalui kata-kata yang menggambarkan gejala atau perilaku yang dapat diamati, dapat diuji, dan juga dapat ditentukan kebenarannya oleh orang lain. Definisi ini memberi batasan dari suatu konsep dengan lebih menjelaskan ciri spesifik (Bakry, 2016:24). Definisi operasional atas variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan

Dalam menentukan kualitas pelayanan yang baik maka dapat menggunakan beberapa dimensi atau indikator pelayanan yang didefinisikan oleh Ratna dan Aksa (2011:103-104), antara lain :

- 1) *Tangible* (Bukti fisik)
- 2) *Realibility* (Keandalan)
- 3) *Responsiveness* (Ketanggapan)
- 4) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)
- 5) *Emphaty* (Empati/Kepedulian)

Untuk menjaring pendapat dari responden mengenai variabel kualitas pelayanan, maka disusunlah beberapa pertanyaan dalam kuisisioner dengan indikator tersebut, yakni :

- 1) Kebersihan dan kenyamanan tempat di *Cafe Black Semeru*.
- 2) Pelayanan *Cafe Black Semeru* dapat diandalkan dalam hal memenuhi kebutuhan konsumen.
- 3) Karyawan di *Cafe Black Semeru* cekatan dan tanggap dalam melayani konsumen.
- 4) *Cafe Black Semeru* menyediakan para karyawan yang sopan serta bersedia menanggapi keluhan dengan cepat untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen.
- 5) Karyawan *Cafe Black Semeru* ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

b. Harga

Indikator harga dalam penelitian ini menurut Astuti dan Matondang (2020:33) adalah sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan harga dengan daya beli
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Untuk menjaring pendapat dari responden mengenai variabel harga, maka disusun beberapa pertanyaan dalam kuisisioner dengan indikator tersebut, yakni :

- 1) Harga yang di tawarkan *Cafe Black Semeru* terjangkau.

- 2) Harga yang di tawarkan *Cafe Black Semeru* sesuai dengan keinginan anda.
- 3) Harga yang di tawarkan *Cafe Black Semeru* dapat bersaing dengan lainnya.
- 4) Harga yang di tawarkan *Cafe Black Semeru* sesuai dengan apa yang diharapkan

c. Lokasi

Untuk menentukan pemilihan lokasi dapat menggunakan Beberapa dimensi atau indikator yang didefinisikan menurut Tjiptono (2014:159) yang meliputi :

- 1) Akses
- 2) Visibilitas
- 3) Tempat parkir
- 4) Lingkungan

Untuk menjangring pendapat responden mengenai vvariabel lokasi, maka disusunlah beberapa pertanyaan dalam kuisisioner dengan indikator tersebut, yakni

- 1) Akses lokasi *Cafe Black Semeru* yang mudah dijangkau menggunakan sarana transportasi umum.
- 2) *Cafe Black Semeru* yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Tempat parkir kendaraan *Cafe Black Semeru* yang sudahh memadai
- 4) Lingkungan area sekitar *Cafe Black Semeru* yang telah mendukung karena bersih dan sejuk.

d. Kepuasan Konsumen

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:117-118), ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk atau jasa

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Pada indikator ini peneliti tidak memasukkan kedalam kuisioner di karenakan kualitas pelayanan sudah termasuk variabel X1.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu.

4) Harga

Pada indikator ini peneliti tidak memasukkan kedalam kuisioner di karenakan harga sudah termasuk variabel X2.

5) Biaya dan Kemudahan

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan sesuatu produk atau jasa, cenderung puas terhadap produk atau jasa ini.

Untuk menjanging pendapat responden mengenai vvariabel kepuasan konsumen, maka disusunlah beberapa pertanyaan dalam kuisioner dengan indicator tersebut, yakni :

- 1) Kualitas dan cita rasa kopi *Cafe Black* Semeru terasa enak di lidah.
- 2) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan *Cafe Black* Semeru sangat memuaskan.

- 3) *Cafe Black* Semeru yang memiliki cita rasa lebih nikmat dan suasana alami dengan harga yang dan kualitas sama.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur seperti kuesioner, tes, pedoman observasi dan pedoman wawancara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan suatu data pada penelitian (Sugiyono, 2014:222). Instrumen dalam penelitian ini disusun berlandaskan indikator-indikator variabel. Instrumen penelitian ini dan skala pengukurannya disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan	1. <i>Tangible</i> (Bukti fisik) 2. <i>Realibility</i> (Keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian) 5. <i>Emphaty</i> (Empati/Kepedulian)	1. Kebersihan tempat di <i>Cafe Black</i> Semeru terjaga. 2. Pelayanan <i>Cafe Black</i> Semeru dapat diandalkan dalam hal memenuhi kebutuhan konsumen. 3. Karyawan di <i>Cafe Black</i> Semeru cekatan dan tanggap dalam melayani konsumen. 4. Perasaan nyaman dan jaminan keamanan ketika berada di <i>Café Black</i> Semeru. 5. Karyawan <i>Cafe Black</i> Semeru perhatian dalam melayani keluhan konsumen.	Ordinal	Ratnasari dan Aksa (2011:103-104)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2.	Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga dengan daya beli 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan <i>Cafe Black</i> Semeru terjangkau. 2. Harga yang ditawarkan <i>Cafe Black</i> Semeru sesuai dengan kualitas produk 3. Harga yang ditawarkan <i>Cafe Black</i> Semeru dapat bersaing dengan lainnya. 4. Harga yang ditawarkan <i>Cafe Black</i> Semeru sesuai dengan apa yang diharapkan 	Ordinal	Astuti dan Matondang (2020:33)
3.	Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir 4. Lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses lokasi <i>Cafe Black</i> Semeru yang mudah dijangkau menggunakan kendaraan. 2. Lokasi <i>Cafe Black</i> Semeru yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. 3. Tempat parkir kendaraan <i>Cafe Black</i> Semeru yang sudah memadai. 4. Lingkungan area sekitar <i>Cafe Black</i> Semeru yang telah mendukung karena bersih dan sejuk 	Ordinal	Tjiptono (2014:159)
4.	Kepuasan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk atau jasa 2. Kualitas pelayanan 3. Emosional 4. Harga 5. Biaya dan kemudahan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas dan cita rasa kopi <i>Cafe Black</i> Semeru terasa enak di lidah.. 2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan <i>Cafe Black</i> Semeru sangat memuaskan. 3. <i>Cafe Black</i> Semeru memiliki cita rasa lebih nikmat dan suasana alami dengan harga yang dan kualitas sama. 	Ordinal	Ratnasari dan Aksa (2011:117-118)

3.7 Metode Pengumpulan Data

Ridwan (2017:73) menjelaskan bahwa metode pengumpulan data yakni suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Ada dua bentuk metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian, yakni study lapangan dan studi pustaka.

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan dilakukan pengukuran dan tahu apa yang dapat diharapkan dari responden (Sugiyono, 2012:199).

Skala pengukuran menurut Sugiyono (2012:131) merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya yang terdapat pada alat ukur, sehingga pengukuran tersebut akan menghasilkan data kuantitatif. Untuk pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2012:132) Skala *Likert* digunakan untuk melakukan pengukuran sikap, pendapat seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. 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/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:428) menyatakan bahwa teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan terlebih dahulu melakukan uji instrumen, kemudian uji asumsi klasik sebagai pertimbangan. Alasan menggunakan uji regresi linier berganda karena jumlah variabel independen (bebas) yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari satu dengan satu variabel dependen (terikat).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitasterhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangring data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Sugiyono (2012:455) menyatakan bahwa validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang

sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Tujuan dilakukan uji validitas menurut Marzuki *et al.*, (2020:62) untuk memastikan dan mengetahui kelayakan item-item pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dan wawancara tersebut valid atau sah untuk dipergunakan sebagai alat ukur variabel penelitian yang dilakukan. Uji validitas menurut para ahli Hidayat (2021:12) dapat menggunakan rumus *person product moment* yaitu:

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

Keterangan : n = jumlah responden

X = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total variabel (jawaban responden)

Data kuantitatif akan dianggap memenuhi syarat validitas jika r minimal bernilai 0,3. Apabila korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir - butir dalam instrument dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2014:126).

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Edison (2015:24) reliabilitas merupakan sebuah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi atau indikator suatu variabel yang disusun dalam bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama pada seluruh item pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, akan tetapi baiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada setiap variabel pada lembar kerja yang berbeda

sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Berikut adalah kriteria dari uji reliabilitas :

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik.

Untuk lebih jelasnya indeks kriteria uji reliabilitas dibedakan dalam tabel berikutini :

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	<i>Interval Cronbach Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201-0,40	Agak Reliabel
3.	0,401-0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601-0,80	Reliabel
5.	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33) dalam Rahmawati (2020:55)

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Augustine dan Kristaung (2013:150) menyatakan bahwa asumsi regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana, yang berfungsi untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) jika variabel bebasnya (X) ada dua atau lebih. Tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua variabel atau lebih.

Penelitian yang menggunakan regresi linier berganda harus memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan agar dapat menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak biasa. Adapun beberapa asumsi yang dijelaskan oleh Sanusi (2011:135) antara lain:

1. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linear atau hubungan berupa garis lurus.
2. Variabel tak bebas haruslah bersifat kontinue atau setidaknya berskala interval.
3. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan penduga harus sama untuk semua nilai pendugaan Y . Jadi, $(Y - Y')$ kira – kira harus sama untuk semua nilai Y' . Apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang dihitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata – rata nol.
4. Pengamatan – pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut *autokorelasi* yang biasanya terjadi pada data *time series* atau runtun waktu.
5. Tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Apabila asumsi ini dilanggar disebut *multikolinearitas*.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:137) adalah uji persyaratan yang dipergunakan untuk uji regresi yang apabila hasilnya memenuhi asumsi maka akan memberikan hasil koefisien regresi yang linear, tidak bias, dan juga konsisten. Sebaliknya apabila hasil uji asumsi klasik tidak memenuhi kriteria asumsi maka model regresi yang diuji akan menjadi sulit untuk diinterpretasikan karna memberikan makna bias. Maka dari itu uji asumsi klasik memiliki tujuan meneliti data apakah memenuhi syarat untuk bisa diteliti lebih lanjut. Beberapa

alat uji dalam uji asumsi klasik adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Riyanto dan Hatmawan (2020:137) menafsirkan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal dalam model regresi. Hasil pada uji normalitas diharuskan memiliki distribusi normal dikarenakan untuk uji t dan uji F memperkirakan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis grafik yaitu P-Plot menggunakan aplikasi SPSS dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139) digunakan untuk menguji sebuah model regresi mengenai ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Jika terjadi korelasi diantara variabel independen, berarti terdapat suatu masalah multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas antar variabel, bisa dilihat melalui VIF (*Variance*

Inflation Factor) dan TOL (*Tolerance*) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependendengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$ maka dapat dikatakan bahwa dalam model regresi tidak ada multikolinieritas antar variabel.
- 2) Jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$ maka dapat dikatakan bahwa dalam model regresi ada multikolinieritas antar variabel.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139) bertujuan untuk menguji apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain. Syafril (2019:62) menjelaskan apabila varian berbeda dari pengamatan satu ke pengamatan lain maka disebut gejala heterokedastisitas. Sedangkan disebut homokedastisitas, jika variannya tetap dari pengamatan lainnya. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk melakukan uji heterokedastisitas adalah dengan metode *Scatter Plot*. Metode *Scatter Plot* melihat grafik plot antara nilai estimasi atau prediksi variabel dependen (terikat) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Metode *Scatter Plot* memiliki kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, semacam titik-titik yang membentuk pola teratur seperti melebar kemudian menyempit dan bergelombang, maka teridentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.

- 2) Apabila tidak terdapat pola tertentu yang jelas, semacam titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka teridentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas.

3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Sanusi (2011:134) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yakni untuk menambah jumlah variabel bebas yang awalnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Dalam hal ini, ada 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Dengan demikian, regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Harga

X₃ = Lokasi

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

e = Variabel Pengganggu

3.8.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X₁, X₂, X₃) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) dapat berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y) yakni kepuasan konsumen.

Menurut Sunyoto (2014:118) menyatakan bahwa ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan dalam pengujian hipotesis uji parsial, yakni:

1) Menentukan hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H₁: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe Black Semeru* di Candipuro.

b. Hipotesis Kedua

H₂: Terdapat pengaruh Harga yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe Black Semeru* di Candipuro

c. Hipotesis Ketiga

H₃: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe Black Semeru* di Candipuro

2) Menentukan tingkat signifikan dan derajat kebebasan

Besarnya tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

3) Menentukan besarnya t hitung (th)

$$t \text{ Hitung} = \frac{s - \beta}{Sb}$$

Dimana:

$t_h = t$ hitung

$b =$ Koefisien regresi

$S_b =$ Standar error

2) Kriteria Pengujian

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

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

3) Pengambilan kesimpulan

Membuat kesimpulan dengan cara membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji t adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan(X1), harga (X2), dan lokasi (X3) dapat berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yakni kepuasan konsumen.

Menurut Sunyoto (2015:103) menyatakan bahwa ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan dalam pengujian hipotesis uji simultan, yakni:

1) Menentukan hipotesis

H_4 :Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe Black Semeru* di Candipuro.

2) Menentukan tingkat signifikan

Besarnya tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

3) Menentukan Kriteria Pengujian

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

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Menentukan nilai F hitung

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m (1 - R^2)}$$

5) Kesimpulan

Membuat kesimpulan dengan cara membandingkan hasil F_{tabel} dengan F_{hitung} .

3.8.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Riyanto dan Hatmawan (2020:141) menjelaskan analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model di dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Untuk melihat koefisien determinasi dalam regresi linier berganda yaitu dengan menggunakan nilai *R Square* (R^2). Nilai koefisien determinasi (R^2) mempunyai interval antara 0-1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang besar mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen mampu memberikan nyaris semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen.