

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Menurut (Sugiyono, 2005), menyatakan bahwa “penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menyatakan antara dua variabel atau lebih”. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini berlokasi di salah satu jasa persewaan mainan anak di wilayah Kabupaten Lumajang tepatnya di Athar Rental Mainan Anak Lumajang. Dengan banyak pertimbangan yang mendasari penelitian ini adalah :

- a. Dukungan dari pemilik Athar Rental Mainan Anak Lumajang kepada peneliti dalam melakukan penelitian di Athar Rental Mainan Anak Lumajang.
- b. Kemudahan dalam mendapatkan akses data-data tentang Athar Rental Mainan Anak Lumajang untuk mendapatkan validitas atas penelitian yang dilakukan.
- c. Lokasi penelitian yang memadai karena tidak berada jauh dari pusat Kota Lumajang, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian.

Objek penelitian dari variabel independen yakni pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel dependen (Y) Kepuasan Pelanggan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner yang berasal dari responden yaitu para penyewa mainan anak di Athar Rental Mainan Anak Lumajang. Pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner menyangkut tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam menyewa mainan anak di Athar Rental Mainan Anak Lumajang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh perusahaan yang bukan pengolahnnya (Siregar, 2013). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari pengisian kuesioner oleh responden yakni para penyewa mainan anak di Athar Rental Mainan Anak Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

a. Data Internet

Data internet merupakan data yang menggambarkan kondisi organisasi secara umum maupun khusus (Riyanto & Hatmawan 2020:27). Data internet dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen yang menyewa mainan anak yang tergambar pada hasil kuesioner.

a. Data Eksternal

Data Eksternal merupakan data yang diperoleh di luar organisasi yang diteliti (Riyanto & Hatmawan (2020:27). Data eksternal pada penelitian ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku, media internet dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri dari subjek maupun objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para pelanggan yang menyewa mainan anak di Athar Rental Mainan Anak Lumajang dengan rata-rata 1 (satu) bulan penyewa sebanyak ± 120 pelanggan.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan kesimpulannya akan dapat digunakan untuk populasi, untuk itu populasi yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dengan menggunakan *nonprobability* dan teknik yang dipilih ialah pengambilan sampel insidental

Sampel insidental adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai

sumber data. Adapun kriteria yang memenuhi untuk menjadi responden dalam penelitian ini yakni harus konsumen yang menyewa permainan di Athar Rental Mainan Anak Lumajang.

(Sugiyono, 2017:74) Metode pengambilan sampel yang digunakan ialah model yang dikembangkan oleh Roscoe. Memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 hingga 500.
2. Apabila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pegawai swasta, pegawai negeri, laki-laki, perempuan dan lain sebagainya), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Apabila didalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (misalnya: korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = $20 \times 3 = 60$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang digunakan dalam kelompok eksperimen dalam kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 hingga 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *multivariate* yakni analisis regresi linier berganda terdiri dari 3 (tiga) variabel independent dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil $20 \times 3 = 60$ orang.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu sifat, atribut atau nilai dari orang, obyek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:38). Terdapat 3 (tiga) variabel dalam sebuah penelitian yakni :

Dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel, yakni terdiri dari 2 (dua) variabel independent yaitu harga dan kualitas pelayanan, serta 1 (satu) variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Adapun penjelasan dari variabel-variabel tersebut sebagai berikut :

a. Variabel Independent

Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif atau pengaruh negatif. Variabel independent akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan (Paramita et al., 2021)

Variabel independent dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga (X1)
2. Kualitas Pelayanan (X2)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen disebut variabel terikat, endogen atau konsekuen. Variabel ini adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Hakekat sebuah masalah dan tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang digunakan (Paramita et al.,

2021). Adapun penelitian yang menjadikan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang menjelaskan tentang konsep-konsep yang ada dengan menggunakan pemahaman peneliti secara singkat, jelas dan tegas.

a. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibebaskan untuk produk dan jasa yang mempunyai nilai yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk dan mengandung kegunaan untuk mendapatkan suatu jasa dan barang.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan para pelanggan.

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seorang individu setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk yang individu rasakan dengan harapannya.

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono, (2015:31) menjelaskan definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

a. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:345) harga merupakan sejumlah uang yang dilakukan pembayarannya karena suatu jasa, total nilai yang konsumen tukarkan dengan tujuan mendapatkan manfaat untuk memiliki atau memakai barang maupun jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Anam, 2021) terdapat 4 (empat) indikator harga, sebagai yaitu :

1. Keterjangkauan Harga

Konsumen dapat menjangkau harga yang diberikan oleh perusahaan. Terdapat beberapa produk yang tersedia dalam satu merek, bahkan harganya juga berbeda, dari yang termurah hingga termahal.

2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi pelanggan, pelanggan sering memilih harga yang mahal diantara dua barang karena pelanggan melihat adanya perbedaan terhadap kualitas produk.

3. Daya Saing Harga

Pelanggan pada saat ingin membeli produk sering melihat perbandingan harga produk dengan produk lainnya. Hal ini mahal atau murahnya produk sangat dipertimbangkan oleh pelanggan saat akan membeli suatu produk.

4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Pelanggan memutuskan membeli produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut.

Berdasarkan indikator tentang harga diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut :

- 1) Harga sewa yang ditetapkan tidak terlalu mahal sehingga dapat dijangkau oleh pelanggan.
- 2) Harga sewa permainan sesuai dengan kualitas permainan.
- 3) Pelanggan membandingkan harga permainan dengan rental mainan yang lain.
- 4) Manfaat permainan lebih besar atau setara dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:180) kualitas layanan adalah keseluruhan fitur ataupun sikap produksi maupun layanan yang mempengaruhi kemampuan untuk memberikan kepuasan pada kebutuhan dan keinginan yang dikatakan maupun yang tersirat. Kualitas layanan bisa diketahui melalui metode mendapatkan layanan yang didapat seperti yang dikehendaki pelanggan.

Menurut (Tjiptono & Fandy, 2004) ada 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. Jaminan (*Assurance*), perilaku karyawan yang bisa menumbuhkan benih kepercayaan di benak konsumen meliputi bersikap sopan, berpengetahuan, berkomitmen dan bisa dipercaya sehingga konsumen merasa aman dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
2. Bukti Fisik (*Tangibles*), hal ini dapat berupa penyedia fasilitas yang lengkap, karyawan yang berkompeten, serta peralatan komunikasi yang canggih dan modern.

3. Keandalan (*Reliability*), kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam pelayanan secara cepat, tepat waktu dan akurat sehingga bisa memuaskan konsumen.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*), inisiatif karyawan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap terhadap konsumen.
5. Perhatian (*Empaty*) bentuk perhatian yang dibagikan perusahaan pada konsumen, perhatian dapat berupa pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dan perhatian untuk memberikan kemudahan berkomunikasi dengan pihak perusahaan.

Berdasarkan indikator tentang kualitas pelayanan diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut :

- 1) Karyawan dapat menjamin kenyamanan pelanggan dalam menggunakan jasa Athar Rental Mainan Anak Lumajang.
- 2) Permainan yang di sediakan Athar Rental Mainan Anak Lumajang selalu dalam keadaan yang prima.
- 3) Kehandalan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan.
- 4) Karyawan yang cekatan dalam melayani kebutuhan pelanggan.
- 5) Athar Rental Mainan Anak Lumajang selalu memperhatikan saran atau masukan dari pelanggan.

c. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012:150) kepuasan pelanggan merupakan pengungkapan rasa puas atau rasa kekecewaan individu yang menjadi hasil dari melakukan perbandingan hasil bersama ekspektasu maupun performa produk.

Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak merasa puas, tetapi apabila kinerja sesuai ekspektasi, maka pelanggan akan puas, serta apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat merasa senang bahkan puas.

Menurut Tjiptono (2014:368) dalam (Anam, 2021) terdapat 4 (empat) indikator kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), metode yang sederhana guna melakukan penilaian atas kepuasan konsumen adalah secara langsung.
2. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*), konsep ini tidak melakukan penilaian kepuasan langsung, akan tetapi diberikan kesimpulan berdasarkan kesesuaian maupun ketidaksesuaian antara kinerja actual perusahaan dengan ekpektas pelanggan.
3. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*), melakukan pengukuran kepuasan konsumen melalui bertanya apakah pelanggan melakukan belanja atau ingin menggunakan jasa perusahaan itu kembali.
4. Kesiediaan Guna Memberikan Rekomendasi (*Willingness to Recommend*), kepuasan pelanggan bisa dinilai melalui bertanya apakah pelanggan memberikan rekomendasi produk tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan indikator tentang kepuasan pelanggan diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut :

- 1) Athar Rental Mainan Anak Lumajang selalu dapat memuaskan seluruh pelanggannya.

- 2) Pelanggan mengungkapkan harapannya kepada pihak Athar Rental Mainan Anak Lumajang.
- 3) Pelanggan melakukan penyewaan ulang pada jasa Athar Rental Mainan Anak Lumajang.
- 4) Pelanggan mengatakan hal positif tentang Athar Rental Mainan Anak Lumajang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan sebagai pengukur fenomena sosial maupun alam yang diamati (Sugiyono, 2016). Instrumen pada penelitian disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrument penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Harga (X1)	a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk c. Daya Saing Harga d. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	a. Harga sewa yang ditetapkan dapat dijangkau oleh pelanggan. b. Harga sewa permainan sesuai dengan kualitas produk. c. Pelanggan membandingkan harga permainan dengan rental mainan yang lain. d. Manfaat permainan lebih besar atau setara dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.	Ordinal	Kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:278)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2	Kualitas Pelayanan (X2)	a. Jaminan (<i>Assurance</i>) b. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) c. Keandalan (<i>Reliability</i>) d. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) e. Perhatian (<i>Empaty</i>)	a. Karyawan dapat menjamin kenyamanan pelanggan dalam menggunakan jasa Athar Rental Mainan Anak Lumajang b. Permainan yang di sediakan Athar Rental Mainan Anak Lumajang selalu dalam kondisi yang prima c. Kehandalan karyawan dalam menangani pelanggan d. Karyawan yang cekatan dalam menangani keluhan pelanggan. e. Athar Rental Mainan Anak Lumajang selalu memperhatikan saran atau masukan dari pelanggan.	Ordinal	Tjiptono (2007:363)
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan b. Konfirmasi Harapan c. Minat Pembelian Ulang d. Kediaan Guna Memberikan Rekomendasi	a. Athar Rental Mainan Anak Lumajang selalu dapat memuaskan seluruh pelanggannya. b. Pelanggan mengungkapkan harapannya kepada pihak Athar Rental Mainan Anak Lumajang c. Pelanggan melakukan penyewaan ulang pada jasa Athar Rental Mainan Anak	Ordinal	Tjiptono (2014:368)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			Lumajang. d. Pelanggan mengatakan hal positif tentang Athar Rental Mainan Anak Lumajang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.		

Sumber data : Olah Data Penelitian Tahun 2022

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Observasi sebagai metode teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik lain, yakni wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas kepada orang tetapi juga objek-objek alam lainnya (Sugiyono, 2015:235). Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yakni konsumen yang telah menyewa mainan anak di Atrhar Rental Mainan Anak Lumajang.

3.7.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan guna melakukan dan menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit atau kecil (Sugiyono, 2017). Wawancara yang dilakukan peneliti merupakan kepada konsumen yang menyewa mainan anak.

3.7.3 Kuesioner

Skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi nilai pada jawaban. Setiap variabel penelitian diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe Skala *Likert* yaitu skor 1 sampai 5.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert*. Menurut Sugiyono (2017:92) “skala pengukuran adalah 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”

Adapun bentuk skala *likert* beserta skor dijelaskan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Skala *Likert*

Pernyataan	Skor Positif
Sangat Setuju/Selalu	5
Setuju/Sering	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang-Biasa Saja	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017:94)

Dengan menyebar kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada persewaan mainan Athar Rental Mainan Anak Lumajang.

3.7.4 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan aktivitas mengidentifikasi, mencermati, mendalami dan menelaah pengetahuan (Fitrah & Luthfiah 2017). Studi pustaka dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku, jurnal atau artikel dan literatur.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang dilakukan guna menjangkau data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner merupakan data harus valid dan reliabel guna bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu instrumen yang dilakukan guna mengukur kecocokan objek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini merupakan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar faktor-faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya mempunyai

kemampuan guna memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu (Siregar, 2013) Metode yang digunakan guna melihat data sudah reable merupakan dengan metode *combach Alpha* (α) (Siregar, 2013:57-58) suatu konstruk dikatakan reliable jika mempunyai Cronbach Alpha $> 0,006$ dan jika hasil $< 0,006$ maka suatu konstruk dikatakan tidak reliable.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo, (2019:49) uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang digunakan pada uji asumsi klasik merupakan uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heterosedastisitas.

a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan guna melihat apakah nilai residual distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P *Plot*, *Skewnes* dan kurtosis atau uji *kologrov*. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen ataupun keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidaknya dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Umar,2011:181).

1. Jika nilai signifikan $>0,05$, maka nilao residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikasi $<0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan guna melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Faktor* (VIF) dimana jika nilai <10 dan nilai toleransi tidak kurang dari 0,1 (Nugroho 2011 dalam (Paramita et al., 2021).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mencari tahu apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara scattet plot dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu antara grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019:59)

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti guna meramalkan bagaimana suatu kondisi (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal 2 (dua) (Sugiyono, 2012).

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = X + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \dots + \beta_n \cdot X_n + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Variabel Terikat

X₁ = Variabel bebas pertama

X₂ = Variabel bebas kedua

X_n = Variabel bebas seterusnya

a, b₁, dan b₂ = Konstanta

Sehingga rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$KP = X + \beta_1 \cdot H + \beta_2 \cdot KuP + \varepsilon$$

Keterangan :

KP = Kepuasan Pelanggan

X = Konstanta

β₁ = Koefisien

H = Harga

β₂ = Koefisien

KuP = Kualitas Pelayanan

e = Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya merupakan pengujian hipotesis guna mengetahui pengaruh selanjutnya merupakan pengujian hipotesis guna mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan

antara variabel independen yakni pengaruh harga (X_1) kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan (Y).

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Widarjono, 2015) uji t digunakan sebagai membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen, peneliti mengajukan 2 (dua) hipotesis H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol dianggap benar kemudian akan dibuktikan salah berdasarkan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif harus mempunyai kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis
2. Menentukan level of signifikansi dengan $\alpha = 5\%$
3. Menentukan kriteria pengujian

Jika $t_{hitung} > t_{tabel \alpha=5\%}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel \alpha=5\%}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

4. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t sedangkan t_{hitung} melalui nilai statistic dengan rumus :

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

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} guna mengetahui tingkat signifikansi

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan dalam berdasarkan determinasi (R^2) antara 0 hingga 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel Y (dependen) yakni kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh variabel X (independen) yakni faktor pribadi dan faktor sosial yang dinyatakan dalam prosentase. Apabila diperoleh $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka garis regresi yang dihasilkan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik (Widarjono, 2015).

