

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis studi yang digunakan dalam studi ini merupakan studi kuantitatif. kusioner (Sugiyono, 2015) Metode penelitian kuantitatif berbasis positivisme, menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data pada populasi atau sampel tertentu studi, Analisis data dilakukan secara kuantitatif dan statistik untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.

kusioner (Paramita & Rizal, 2018) studi Positivisme dikenal sebagai kuantitatif. Positivisme berpendapat bahwa fenomena penelitian dapat diklasifikasikan, diamati, diukur, dan relatif tetap. Selain itu, mereka berpendapat bahwa ada hubungan sebab-akibat antara gejala.

studi ini menggunakan analisis linier berganda. Dengan metode ini, Variabel independen (X) terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, individu, bukti fisik, dan proses. Variabel independen (Y) adalah kepuasan pelanggan. Ada kemampuan untuk menguji dan menentukan faktor-faktor mana yang paling dominan antara produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik kepuasan konsumen.

## **3.2 Objek Penelitian**

Produk, harga, lokasi, promosi, individu, proses, dan variabel dependen adalah variabel independen dalam studi adalah bukti fisik kepuasan pelanggan terhadap Maya Mitra Tumpeng. Fokus studi ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian. pada Maya Mitra Tumpeng.

Peneliti melakukan studi ini pada pelanggan Maya Mitra di Tumpeng yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen seperti produk, harga, lokasi, promosi, orang-orang, dan bukti fisik terhadap variabel dependen, yaitu terhadap kepuasan pelanggan.

## **3.3 Jenis Dan Sumber Data**

### **3.3.1 Jenis Data**

Berikut ini adalah penjelasan tentang data primer dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

#### **a. Data Primer**

Data dikumpulkan melalui survei lapangan, yang menggunakan semua metode pengumpulan data awal (Paramita & Rizal, 2018). bukti yang digunakan pada studi kali ini yaitu didapat hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan yang melakukan pembelian di Maya Mitra Tumpeng.

#### **b. Data Sekunder**

Data dikumpulkan dan dibagikan kepada komunitas pengguna data (Paramita & Rizal, 2018). Jurnal penelitian, buku, sumber internet, dan literatur terkait diperoleh untuk mendapatkan data studi tambahan. Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini termasuk informasi tentang produk, harga, lokasi, promosi,

individu, proses, bukti fisik, dan kepuasan pelanggan. Ini juga termasuk data dari beberapa pakar dan penelitian sebelumnya yang dapat membantu studi ini.

### **3.3.2 Sumber Data**

Dalam penyelidikan ini, data internal dan eksternal berikut digunakan:

#### **a. Data Internal**

Data internal ialah data yang berasal dari dalam perusahaan atau organisasi (Paramita & Rizal, 2018:72). itu kusioner interval studi kali ini, profil perusahaan, pencapaian penjualan, dan komponen sejarah didalam kepuasan pelanggan di Maya Mitra Tumpeng.

#### **b. Data Eksternal**

Data ini diperoleh dari sumber eksternal disebut teori eksternal (Paramita & Rizal, 2018). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang dikumpulkan dan dipublikasikan oleh peneliti bukan berasal dari perusahaan atau organisasi tempat studi dilakukan, tetapi dari organisasi lain. Data eksternal Dalam studi ini, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atau masyarakat digunakan. melakukan pembelian pada Maya Mitra Tumpeng. Ini dilakukan dengan melakukan wawancara awal dengan klien sebelumnya melakukan pembelian barang pada Maya Mitra di Tumpeng.

### 3.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

teori (Suriani *et al.*, 2023) Populasi adalah area umum yang terdiri dari sesuatu dengan kuantitas serta fitur tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk mempelajarinya dan sampai pada kesimpulan. Pelanggan yang melakukan pembelian pada adalah subjek studi ini Maya Mitra Tumpeng dimana jumlah konsumen tidak terbatas dan tidak diketahui.

#### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2015) Jika suatu populasi besar, populasi tersebut memiliki sampel, maka studi mungkin menggunakan sampel populasi tersebut karena mempelajari semua aspek populasi, seperti hambatan, tenaga, dan waktu, tidak mungkin.

Dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253), menggunakan model pengambilan sampling, seperti dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164):

- a. Metode pengukuran sampel yang berkisar dari 30 hingga 500.
- b. Sampel harus dibagi menjadi minimal 30 kategori (misalnya, pria dan wanita, pekerja pemerintah dan swasta, dll.).
- c. Jika penelitian menggunakan analisis multivariate, seperti menggunakan regresi berganda atau korelasi, maka jumlah anggota sampel harus setidaknya sepuluh kali jumlah variabel yang diuji, termasuk jumlah Jumlah variabel independen dan dependen sampel  $10 \times 5 = 50$ .
- d. Dalam studi eksperimen sederhana, di mana kontrol dan kelompok eksperimen digunakan, jumlah sampel berkisar antara 10 dan 20.

Studi Analisis multivariate digunakan, yang terdiri dari 7 (tujuh) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, Karena itu, minimal 10 sampel diambil untuk setiap variabel, sehingga total 10 sampel kali 8 variabel = 80 sampel, yang merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam studi ini.

### **3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel adalah yang dijadikan subjek observasi studi atau fokus suatu penelitian, dan digunakan sebagai objek dalam menetapkan tujuan penelitian. Variabel merupakan unsur-unsur yang mempengaruhi situasi atau studi.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah objek kajian, atau sesuatu dalam bentuk apapun yang ingin diteliti oleh peneliti, sehingga dapat diperoleh informasi mengenainya dan dapat ditarik kesimpulan (Paramita & Rizal, 2018).

Studi ini menggunakan 8 (delapan) variabel penelitian, terdiri dari 7 (tujuh) variabel independen: produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik; dan 1 (satu) variabel dependen: kepuasan pelanggan.

#### **a. Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang berdampak pada variabel dependen dengan cara yang baik buruk. Tabel independen menjelaskan bagaimana penelitian menyelesaikan masalah.. Variabel prediktor sering disebut variabel eksogen atau variabel bebas (Paramita & Rizal, 2018). Variabel dependen yang mengubah atau muncul disebut variabel bebas. Dalam hal digunakan sebagai variabel independen dalam penyelidikan dilambang (X).

Product (X1), Price (X2), Place (X3), Promotion (X4), People (X5), Process (X6), Bukti Fisik (X7).

#### **b. Variabel Dependen**

Salah satu istilah untuk variabel dependen adalah variabel yang paling penting bagi studi (Paramita & Rizal, 2018). Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat disebut variabel terikat, karena ada variabel bebas, yang merupakan variabel dependen dalam penelitian ini (Y), yaitu kepuasan pelanggan.

### **3.5.2 Devinisi Konseptual**

Definisi konseptual menjelaskan konsep menggunakan apa yang diketahui studi secara singkat, jelas dan tegas. Maka konteks variabel Dalam penelitian ini, elemen-elemen berikut akan dijelaskan: produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), individu (X5), proses (X6), bukti fisik (X7), dan kepuasan pelanggan (Y).

#### **a. Produk (X1)**

Produk adalah barang yang dijual, dilihat, dimiliki, digunakan, juga di konsumsi guna memenuhi kebutuhan atau keinginan (Abubakar, 2018).

#### **b. Harga (X2)**

Teori kotler dan amstrong dalam (Nabila & Agustin, 2024). menyatakan bahwa biaya adalah segala sesuatu yang tersedia di pasar dilihat, dicari, diminta, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi oleh pembeli untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

**c. Tempat (X3)**

Menurut (Abubakar, 2018) Tempat sebuah bisnis atau sektor ekonomi dianggap memiliki nilai signifikan yang berdampak pada keuntungan dalam jangka pendek dan panjang.

**d. Promosi (X4)**

Menurut kotler dalam (Rahmadina & Agustin, 2023) Promosi adalah cara bisnis berhubungan dengan pasar atau pelanggan dengan memberikan informasi tentang produk yang ingin mereka beli memungkinkan Perusahaan mengirimkan pesan persuasif kepada pembeli dan khalayak sasaran melalui sumber media yang terkenal seperti surat kabar, majalah, televisi, dan lain sebagainya (Kurniati, 2023).

**e. Orang (X5)**

Orang-orang yang berniat menjual dan menyampaikan barang atau jasa kepada orang yang dimaksud (Nabila & Agustin, 2024). Banyak layanan bergantung pada orang yang bekerja dan memberikan pengalaman pelanggan. Interaksi antara karyawan dan pelanggan mempunyai dampak yang kuat terhadap pengalaman layanan yang mereka berikan (Kurniati, 2023).

**f. Proses (X6)**

Menurut Abubakar (2018) Seluruh langkah, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk mencakup proses menyediakan layanan. Karena ini penting bagi pembeli, konsumen akan melihat proses perusahaan jasa.

**g. Bukti Fisik (X7)**

Fasilitas fisik ini mempunyai mempengaruhi yang signifikan terhadap pilihan konsumen untuk mendapatkan dan memanfaatkan barang dan jasa yang disediakan (Abubakar, 2018).

**h. Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kepuasan adalah perasaan emosi senang, bahagia, sedih, dan kecewa yang muncul saat seseorang membandingkan hasil yang dirasakan dan diharapkan dari suatu produk (Sari *et al.*, 2022).

**3.5.3 Definisi Oprasional**

**a. Produk**

Produk adalah barang yang dijual di pasar untuk dilihat, dimiliki, digunakan, dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Indikator Produk dalam artikel yang ditulis oleh (Ferdinand;2014) yakni :

- 1) Varian produk, barang unik dari suatu lini produk atau merek yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau fitur lainnya.
- 2) Kualitas, seberapa baik suatu barang memiliki nilai yang dapat memuaskan pengguna secara fisik dan mental, yang ditunjukkan oleh fitur atau karakteristik yang dimiliki oleh produk tersebut.
- 3) Tampilan, Produk menunjukkan daya tarik yang dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan.



**b. Harga**

Harga dapat berupa jumlah uang yang dibayar untuk suatu barang atau jasa atau jumlah uang yang ditukar konsumen untuk keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Indikator harga Gary Amstrong dan Kotler (2012;214)

- 1) Keterjangkauan harga, harapan pembeli sebelum melakukan pembelian: pembeli akan mencari barang dengan harga terjangkau terjangkau.
- 2) Perbandingan harga adalah metode di mana harga jual produk ditentukan dengan membandingkan pendapatan yang ditawarkan dengan kemampuan bersaingnya.
- 3) harga yang sebanding dengan kualitas produk dan harga yang dapat memuaskan pelanggan dikenal sebagai kesesuaian harga pelanggan.

**c. Tempat**

Menurut (Abubakar, 2018) Tempat sebuah perusahaan atau industri dianggap memiliki nilai yang signifikan yang berdampak pada penjualan dan keuntungan dalam jangka pendek dan panjang.

Indikator tempat (Ferdinand;2014) dalam (Ningsih, 2022), yaitu :

- 1) Lokasi akses, lokasi yang dapat diakses dengan mudah dengan sarana umum
- 2) Tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandangan normal.
- 3) Tempat parkir, tempat di mana mobil diparkir untuk kegiatan sementara.

#### **d. Promosi**

Promosi adalah metode komunikasi yang digunakan oleh bisnis untuk berinteraksi dengan pasar sasaran atau konsumen dengan tujuan memberikan informasi tentang barang dan jasa yang ingin mereka beli.

Strategi Promosi Kotler dan Amstrong (2012;432), yaitu :

- 1) Iklan, presentasi, dan promosi non-personal yang membutuhkan sponsor barang atau jasa.
- 2) Promosi penjualan, insentif jangka pendek untuk mendorong orang untuk membeli atau menjual barang atau jasa tertentu.
- 3) Perusahaan harus menjalin hubungan dengan masyarakat dengan berbagai cara untuk mendapatkan publisitas yang menguntungkan, menciptakan citra yang baik tentang perusahaan, dan menangani dan meluruskan rumor.

#### **e. Orang**

Orang (people) adalah komponen utama dari campuran pemasaran, terutama kemampuan dan sikap positif, kerana Produksi dapat dibagi menjadi konsumsi, yang dapat ditemukan dalam pemasaran manufaktur, manajemen dapat menghindari pengaruh sumber daya manusia dari kinerja klien.

Indikator Individu, menurut Adam (2015:96-97), adalah:

- 1) Berkhidmat kepada orang lain adalah tindakan yang kita lakukan tanpa beban untuk membantu orang lain.
- 2) Klien, atau pembeli, yang melakukan transaksi untuk membeli suatu barang

**f. Proses**

Proses adalah seluruh langkah aktual, prosedur, dan alur kerja yang digunakan untuk menyediakan layanan. Rancangan proses yang buruk mengakibatkan pemberian layanan menjadi lambat dan tidak efisien dan pengalaman yang mengecewakan.

Ratih Hurriyati (2019:64) menyatakan bahwa indikator proses adalah :

- 1) Kecepatan menggambarkan bahwa layanan pelanggan berjalan lancar tanpa hambatan.
- 2) Ketelitian, yang berarti bahwa pengukuran data yang sama dilakukan berulang kali.
- 3) Komunikasi keluhan, pengaduan, atau ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan, dan kemarahan di luar batas layanan atau produk.

**g. Bukti Fisik**

Bukti fisik terdiri dari elemen berwujud yang memudahkan penyediaan atau komunikasi layanan tersebut, serta lingkungan fisik di mana bisnis dan pelanggan berinteraksi.

Menurut Adam (2015:98-99), ada bukti fisik berikut:

- 1) *Service cape*

Semua bagian dari fasilitas suatu organisasi, seperti bagian eksteriornya (papan petunjuk, tempat parkir, pemandangan), dan bagian interiornya (design, layout, equipment, and decoration).

## 2) *Other tangibles*

Materi komunikasi yang dicetak, seragam, pakaian, dan sebagainya adalah komponen selain fasilitas service cape yang digunakan untuk menyediakan jasa (Abubakar, 2018).

### **h. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat yang dirasakan setelah membandingkan kinerja (hasil) diharapkan dengan kinerja yang sebenarnya. Jika hasilnya melebihi harapan, mereka akan merasa puas, dan jika hasilnya tidak seperti seperti yang diharapkan, pelanggan dan konsumen tidak akan puas.

Indikator kepuasan pelanggan menurut (Warsito, 2022), yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan yang diberikan, pelanggan akan puas terhadap perusahaan jika melakukan pelayanan yang baik, ramah dan sopan santun.
- 2) Harga produk, Perusahaan yang menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih rendah akan menerima nilai yang lebih besar.
- 3) 3) Pelanggan juga puas dengan kemudahan mengakses produk.

### **3.6 Instrumen Penelitian**

Instrument studi mengukur fenomena sosial dan alam (Sugiyono, 2015). Dari pengertian tersebut dapat dituliskan penelitian terdapat 8 Instruksi studi ditunjukkan dalam tabel 3.1, yang dapat digunakan sebagai tambahan dengan informasi berikut:

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Produk (X1)	1. Varian produk 2. Kualitas produk 3. tampilan produk	1. Produk yang ditawarkan di Maya Mitra Tumpeng memiliki banyak varian. 2. Semua produk pada Maya Mitra berkualitas baik 3. Tampilan produk di Maya Mitra Tumpeng sangat menarik.	Ordinal	Ferdinand, (2014)
2.	Harga (X2)	1. keterjangkauan harga 2. perbandingan harga 3. kesesuaian harga	1. Harga yang ditawarkan Maya Mitra sangat terjangkau 2. Karena harganya yang lebih murah, saya suka membeli produk di Maya Mitra Tumpeng. 3. harga di Maya Mitra Tumpeng sesuai dengan kualitas produk yang di dapat.	ordinal	Kotler dan Gary Amstrong (2021)
3.	Lokasi (X3)	1. lokasi akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir	1. Maya Mitra Tumpeng memiliki tempat yang mudah di akses. 2. Lokasi toko Maya Mitra berada ditepi jalan raya sehingga memudahkan konsumen untuk menemukannya. 3. Maya Mitra Tumpeng memiliki area parkir yang luas untuk kendaraan roda dua dan roda empat dari transportasi umum.	Ordinal	Ferdinand, (2014)
4.	Promosi (X4)	1. Periklanan 2. Promosi	1. Toko Maya Mitra melakukan periklanan melalui media sosial. 2. Toko Maya Mitra sering	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2012)

		penjualan	melakukan promosi penjualan dengan memberikan diskon.		
		3.Hubungan masyarakat	3.Toko Maya Mitra menerima saran dan kritik untuk menjaga hubungan antara toko dengan konsumen.		
5.	Orang (X5)	1.service people 2.Pelanggan atau customer	1.karyawan Maya Mitra Tumpeng melayani yang cukup baik. 2.konsumen di Maya Mitra Tumpeng berasal dari semua sudut pandang (pekerja, ibu rumah tangga, dll.)	Ordinal	Adam,2015:96-97
6.	Bukti fisik (X6)	1.lingkungan fisik. 2.Perengkapan 3.Logo	1.lingkungan fisik di Maya Mitra Tumpeng yang menarik. 2. Peralatan Maya Mitra Tumpeng cukup memadai. 3.Logo Maya Mitra Tumpeng menarik perhatian customer	Ordinal	Adam, 2015:98-99
7.	Proses (X7)	1.Kecepatan 2.Ketelitian 3.Penyampaian terhadap keluhan	1. Pelayanan di kasir Maya Mitra Tumpeng berlangsung cukup cepat.. 2. Proses karyawan melayani pelanggan sangat teliti. 3. karyawan Maya Mitra Tumpeng cepat tanggap dalam menghadapi keluhan.	Ordinal	Ratih Hurriyati, 2019 :64
8.	Kepuasan pelanggan (Y)	1.Kualitas pelayanan yang diberikan	1. Kualitas pelayanan yang diberikan, pelanggan akan puas terhadap perusahaan jika melakukan pelayanan yang baik, ramah dan sopan santun.	Ordinal	Warsito, 2022

- 
- |                              |  |
|------------------------------|--|
| 2.Harga produk               | 2. Harga produk, Perusahaan yang menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih rendah akan menerima nilai yang lebih besar. |
| 3.Kemudahan Mengakses produk | 3. Pelanggan juga puas dengan kemudahan mengakses produk..   |
- 

Sumber : Data diolah

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Observasi

Dibandingkan dengan metode pengumpulan data seperti wawancara dan kuesioner, observasi memiliki karakteristik khusus. Melakukan wawancara dan kuesioner sehingga melihat tidak hanya orang tetapi juga objek alam yang lainnya. Jika studi tentang Perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu penting untuk teknik pengumpulan data yang menggunakan observasi (Sugiyono, 2015). Teknik observasi digunakan untuk mengawasi tindakan dan tindakan peserta di lokasi penelitian. Selama pengamatan tersebut, peneliti mencatat secara langsung kegiatan-kegiatan yang dapat diamati (Waruwu, 2023).

Pengamatan langsung dari responden penelitian—pembeli yang membeli barang—digunakan untuk melakukan observasi. barang di Maya Mitra Tumpeng.

### 3.7.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang dikumpulkan atau dikumpulkan dari peristiwa sebelumnya. Ini berupa tulisan, gambar, hasil observasi, atau wawancara, dan data yang dikumpulkan dari rekaman biasanya merupakan data sekunder, yang dapat diinterpretasikan (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pertanyaan yang diajukan secara lisan disebut wawancara, sedangkan pernyataan yang diajukan secara tulisan disebut angket.

### 3.7.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden jawabnya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok individu tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015).

Untuk tujuan penelitian, kuesioner dibagikan kepada pelanggan yang membeli barang pada Maya Mitra Tumpeng. Parameter yang akan dihitung diklasifikasikan dan dibagi menjadi variabel tambahan dengan skala Likert. Indikator juga digunakan sebagai dasar untuk pembuatan instrumen yang terdiri dari pertanyaan dan pernyataan. Beberapa bentuk skala Likert adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2015)



### **3.8 Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Instrumen**

##### **a) Uji Validitas**

Menurut (Kasmir, 2022) Uji Validitas adalah pengujian pertama dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan benar atau tidak. Selain itu, digunakan untuk mengevaluasi kebenaran dan ketepatan variabel yang akan dipelajari. Dengan kata lain, instrumen digunakan untuk menilai ketepatan dan validitas variabel yang akan dipelajari. Ini sangat penting karena jika alat ukurnya salah, yang akan diukur juga akan salah. Akibatnya, pengolahan yang memiliki validitas ini sangat penting untuk dilakukan. Apabila instrumen penelitian menerima skor total lebih dari 0,3, Akibatnya, validitas pengujian sangat penting untuk dilakukan.

##### **b) Uji Reliabilitas**

Setelah pengujian validitas (kebenaran alat ukur yang digunakan) selesai, uji reliabilitas harus dilakukan. Seperti yang kita ketahui dari pengujian validitas sebelumnya, beberapa instrumen atau kuesioner dianggap tidak akurat, sehingga tidak disertakan dalam tes reliabilitas hanyalah instrumen atau kuesioner yang valid saja.

Hasil pengukuran dengan reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa informasi yang diukur dapat diandalkan. Artinya yang diukur memiliki konsistensi dan dapat digunakan dalam penelitian. Hasil pengukuran yang sangat reliabel menunjukkan bahwa data yang diukur dapat diandalkan pengukuran itu tidak atau kurang akurat. Artinya alat ukur tidak memiliki konsistensi dan tidak dapat

digunakan karena memberikan hasil yang berbeda jika dilakukan 2 (dua) atau lebih (Kasmir, 2022).

Sugiyono (2012:178) mengenai Reliabilitas terkait dengan tingkat kestabilan dan konsistensi data secara kuantitatif, kusioner dianggap dapat dipercaya jika terdapat dua atau lebih studi yang mengerjakan Hasil yang sama dihasilkan oleh objek yang sama, atau jika kumpulan data dibagi menjadi dua bagian dan mereka melihat data yang sama. Reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi sehingga ketika mempelajari subjek yang sama, peneliti yang berbeda dapat menerapkannya kembali. biasanya bagus, namun tidak selalu. Nugroho (2011:33) Untuk menjelaskan pengujian reliabilitas, koefisien Digunakan Alpha Cronbach, yang dapat diperoleh dari indeks reliabilitas berikut:

**Tabel 3.3 Indeks kriteria Reliabilitas**

No	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,200	Kurang Reliabilitas
2.	0,201 – 0,40	Agar 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).

### 3.8.2 Statistik Deskriptif

Statistik Koefisien informasi, uraian singkat dari kumpulan data tertentu disebut deskriptif. Ini dapat merupakan sampel atau suatu populasi. Ada dua jenis ukuran dalam statistik deskriptif: ukuran tendensi sentral dan ukuran variabilitas. Ukuran tendensi sentral mencakup mean, median, dan modus, sedangkan ukuran

variabilitas mencakup simpangan baku, varians, kurtosis, skewness, dan variabel minimum dan maksimum (Hayes, 2023).

### **3.8.3 Uji Asumsi klasik**

#### **a) Uji Normalitas Data**

Uji normalitas menentukan apakah data memiliki distribusi normal. Ini penting karena studi data atau informasi yang diolah, distribusi normal seharusnya ada. Karena Data yang digunakan menunjukkan distribusi normal populasi normal., uji normalitas data harus dilakukan pada data. Hal ini penting untuk diperhatikan karena penelitian dengan alat uji tertentu tidak dapat dilakukan jika data tidak berdistribusi normal secara relatif. Artinya ada juga alat uji statistik tidak mensyaratkan normalitas data dalam penelitian, misalnya jika menggunakan PLS. Dalam praktiknya menguji Untuk sampel sebesar 30 ( $n > 30$ ), normalitas dapat digunakan karena dianggap cukup baik atau berdistribusi normal. (Kasmir, 2022).

#### **b) Uji Multikolinieritas**

Dalam pengujiannya menggunakan model regresi linier berganda, yang biasanya melibatkan lebih dari satu variabel bebas (X) yang diuji. Pengujian ini misalnya, antara variabel X1 ke Y dan X2 ke Y, dalam pengujian ini dilakukan secara bersamaan. Tujuan dari uji multikolinieritas yaitu, untuk memeriksa Apakah ada hubungan atau korelasi antara variabel-variabel tersebut. Apabila memang ada hubungannya, apakah hubungan tersebut kuat atau tidak kuat (Kasmir, 2022).

### c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas proses yang bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam variasi residual dari pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas biasanya dilakukan pada model regresi. Terdapat kesamaan varian antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain jika persyaratan model regresi dipenuhi. Tetapi Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, model regresi tidak dapat digunakan untuk mengamatinya. Menurut heteroskedastisitas, baik kenaikan maupun penurunan antara variabel-variabel, residualnya (error) juga berubah ketika variabel terikat mengalami perubahan. Dengan kata lain, lebih banyak variabel terikat berarti lebih banyak kesalahan. Uji statistik glejser, park, dan white biasanya digunakan untuk mengukur heteroskedastisitas. (Kasmir, 2022).

Menurut Ghozali (2018:34) dalam (Ningsih, 2022) Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan yang akan menentukan apakah ada heteroskedastisitas:

- 1) Heteroskedastisitas dapat didefinisikan sebagai titik-titik yang memiliki pola teratur.
- 2) Tidak terjadi heteroskedastisitas jika pola yang ada tidak jelas dan penyebaran titik berada di sumbu Y dan di atas atau di bawah angka 0..

### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda diterapkan digunakan ketika studi ingin memprediksi status (atas dan bawah) suatu kriteria, atau variabel dependen, ketika dua variabel independen diubah (memiliki nilai yang berbeda) sebagai prediktor. akibatnya, Jika ada lebih dari dua variabel bebas, analisis regresi berganda

digunakan (sugiyono, 2017:305). Secara umum, persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KP = a + \beta_1 P1 + \beta_2 H2 + \beta_3 T3 + \beta_4 PR4 + \beta_5 O5 + \beta_6 PS6 + \beta_7 BF + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan

X = variabel independen

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Tempat

X4 = Promosi

X5 = Orang

X6 = Proses

X7 =Bukti fisik

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi variabel independen

e = error

Selain itu, Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan variabel mana yang berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu variabel independen: harga produk, lokasi, promosi, individu, proses, dan bukti fisik, kepuasan pelanggan. Seberapa besar korelasi antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen dapat ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

### 3.8.5 Uji Hipotesis

#### Uji t (Uji parsial)

Uji T dapat digunakan melihat pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Artinya Uji t digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Kasmir, 2022).

Proses pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

H<sub>1</sub> : Produk memengaruhi kepuasan konsumen Maya Mitra Tumpeng.

H<sub>2</sub> : Harga memengaruhi kepuasan konsumen pada Maya Mitra Tumpeng.

H<sub>3</sub> : Lokasi memengaruhi kepuasan konsumen pada Maya Mitra Tumpeng.

H<sub>4</sub> : Promosi memengaruhi kepuasan konsumen pada Maya Mitra Tumpeng.

H<sub>5</sub> : Orang memengaruhi kepuasan konsumen pada Maya Mitra Tumpeng.

H<sub>6</sub> : Proses memengaruhi kepuasan konsumen pada Maya Mitra Tumpeng.

H<sub>7</sub> : Bukti Fisik memengaruhi kepuasan konsumen pada Maya Mitra Tumpeng.

b. Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

c. Menentukan kriteria pengujian :

Jika  $-t_{table} > t_{hitung} > t_{table}$ , maka hipotesis diterima

Jika  $-t_{table} \leq t_{hitung} \leq t_{table}$ , maka hipotesis ditolak

Jika nilai sig < 0,05 maka hipotesis diterima

Jika nilai sig > 0,05, maka hipotesis ditolak

d. Menentukan nilai t hitung dengan aplikasi SPSS

e. Menentukan hasil nilai t hitung dengan tabel t.

### 3.8.6 Uji Kelayakan Model

Uji F, juga dikenal sebagai uji kelayakan model, digunakan untuk mengevaluasi relevansi penggunaan model regresi dalam penelitian ini. Pada uji F, nilai signifikansi dinilai dengan significance level sebesar 0,05 atau 5%. Jika signifikan  $< 0,05$  Jadi, model regresi lulus uji kelayakan..

### 3.8.7 Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah mengukur kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi yang berkisar antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa Kemampuannya untuk menjelaskan perubahan yang disebabkan oleh variabel dependen sangat terbatas. Variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen, menurut nilai yang dapat mendekati satu.

Karena banyaknya variasi antara masing-masing pengamatan, koefisien determinasi untuk data silang biasanya relatif rendah, tetapi untuk data runtut waktu biasanya lebih tinggi. Kelemahannya utama dengan menggunakan Koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang harus dimasukkan ke dalam setiap model. Tidak peduli apakah Variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen.,  $R^2$  selalu meningkat dengan tambahan variabel independen. Jadi menurut Kuncoro (2013:245), banyak peneliti mengajukan nilai Adjusted  $R^2$  saat menilai nama model regresi linier terbaik.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Penelitian ini bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen, yaitu produk, harga,

lokasi, promosi, individu, dan proses kepuasan pelanggan yang melakukan pembelian produk pada Maya Mitra Tumpeng.

