

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran dari suatu hubungan sebab-akibat yang dideskripsikan antar variabel sesuai dengan kondisi yang terjadi. Penelitian kuantitatif ini dilakukan untuk mencari hubungan kausal yang merupakan sebab-akibat dari variabel independen (X) yang memberikan pengaruh pada variabel dependen (Y) menurut Sugiyono, (2013).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan objek penelitian berupa variabel independen dari saluran distribusi dan harga (X). Variabel dependen objek penelitiannya adalah kepuasan pelanggan (Y).

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.3.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer. Menurut Supriyanto & Maharani (2013:9) menjelaskan tentang data primer merupakan suatu data yang dapat diperoleh langsung dari sumbernya, dan dari pengisian kuesioner.

Menurut Sodik (2015:28) data primer merupakan suatu data yang berbentuk verbal yang diungkapkan melalui lisan yang dilakukan oleh subjek yang bisa dipercaya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner responden yang dilakukan oleh pelanggan gas LPG di Toko Tutik Barokah Lumajang.

### **3.3.2 Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data internal. Menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:27) sumber data internal merupakan data yang mendeskripsikan kondisi organisasi dari yang umum sampai ke khusus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari masyarakat (konsumen) dari Toko Tutik Barokah Lumajang.

## **3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

### **3.4.1 Populasi**

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:11) menjelaskan dalam penelitian populasi berdasarkan pada objek penelitiannya. Sedangkan objek penelitian adalah perlengkapan penelitian dengan ciri dan data variasinya sudah ditetapkan oleh peneliti. Hal ini, mempermudah pengumpulan, analisis dan penarikan kesimpulan data tersebut. Adapun pada penelitian ini menggunakan populasi berupa masyarakat yang menjadi pelanggan (konsumen) di Toko Tutik Barokah Lumajang pada periode bulan Juni-Agustus 2023 sebanyak kurang lebih 570 konsumen, data ini didapat dari pemilik Toko Tutik Barokah Lumajang.

### **3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Sugiyono (2015:149) menjelaskan bahwa sampel diartikan menjadi suatu bagian karakteristik dan jumlah yang ada pada sebuah unit populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampling insidental.

Teknik sampling insidental adalah teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, maksudnya adalah siapa saja yang bertemu peneliti secara kebetulan maka digunakan sebagai sampel penelitian.

Slovin dalam Sugiyono (2017:126), menjelaskan bahwa menghitung besaran sampel dengan tingkat kepercayaan 90%, nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut:

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

Keterangan

$n$ = Sampel  $N$ = Populasi

$e$ = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{570}{1+ 570 (0,1)^2}$$

$$= \frac{570}{1+ 570 (0,01)}$$

$$= \frac{570}{1+ 5,7}$$

$$= \frac{570}{6,7}$$

$$n = 85$$

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

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang dijabarkan pengertiannya sebagai berikut:

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

Variabel bebas atau variabel independen adalah suatu variabel yang menjadi sebab atau variabel yang mempengaruhi perubahan dari variabel lainnya yaitu variabel dependen (terikat) menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020).

Pada penelitian ini variabel independen dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Saluran Distribusi (X1)
- 2) Harga (X2)

**b. Variabel Dependen**

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020) menjelaskan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel independen (bebas). Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

**3.5.2 Definisi Konseptual**

Sholihah, Q., menjelaskan definisi konseptual merupakan sebuah konsep yang bisa diartikan dengan konsep lain untuk menciptakan logika saat proses pembuatan hipotesis. Pada penelitian ini definisi konseptual dari masing-masing variabel dijabarkan di bawah ini:

**a. Saluran Distribusi**

Saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran yang digunakan untuk melancarkan dan memudahkan penyampaian barang atau jasa dari pihak produsen kepada konsumen, sehingga kebutuhannya dapat disesuaikan. Sedangkan menurut Sunyoto (2015:189) saluran distribusi adalah sekelompok anggota yang terdiri dari beberapa pedagang dan beberapa agen yang melaksanakan kegiatan penting untuk mencapai tujuan. Kegiatan penting tersebut adalah penggolongan produk dan pendistribusian permintaan dan keperluan pasar.

**b. Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), harga adalah sejumlah uang atau nominal yang ditekankan pada suatu produk atau jasa sebagai nilai yang dapat

ditukar konsumen dengan manfaat dari suatu produk atau jasa yang digunakan atau miliki.

### **c. Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan (konsumen) dalam menyatakan hasil kinerja suatu produk atau jasa yang telah digunakan dan hal itu juga merupakan sesuatu yang diharapkan oleh setiap pelanggan (konsumen).

### **3.5.3 Definisi Operasional**

Berdasarkan beberapa definisi konseptual yang dijelaskan diatas, maka diuraikan definisi operasional variabel yang menjelaskan indikator pada penelitian ini antara lain :

#### **a. Saluran Distribusi**

Saluran distribusi merupakan suatu bentuk dari kebijakan penjualan dengan satu kelompok anggota, yang mana anggota tersebut terdiri dari beberapa agen dan beberapa pedagang, dan memiliki tugas serta kegiatan yaitu sebagai penyalur barang atau jasa dari pihak produsen kepada pihak konsumen dalam rangka mencapai tujuan. Contoh halnya pada penggolongan dan pendistribusian produk, hingga membuat produk perusahaan tersebut memiliki ketersediaan yang mencukupi dan sangat mudah ditemukan oleh pelanggan (konsumen). Pada penelitian ini indikator yang digunakan pada variabel saluran distribusi adalah:

##### **1) Cakupan Pasar**

Sunyoto (2015:13) menyatakan bahwa cakupan pasar merupakan informasi apa saja terkait pelanggan yang membeli dan tidak membeli produk yang

dipasarkan. Cakupan pasar juga merupakan target pasar, jumlah pedagang maupun pengecer yang menjual produk perusahaan.

1) Lokasi Pembelian

Rosyida (2016:4) menjelaskan bahwa Lokasi pembelian merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen.

2) Kecukupan Produk

Tersedianya produk yang dipasarkan secara lengkap tentu lebih menarik minat para pelanggan (konsumen). Sedangkan produk yang ketersediaannya tidak lengkap, akan membuat minat pelanggan (konsumen) menurun dan memilih tempat lain (Manap, 2016:203).

Dari variabel saluran distribusi diatas, maka penyusunan kuesioner dengan jawabannya dalam skala *likert* adalah sebagai berikut:

- 1) Toko Tutik Barokah Lumajang memiliki cakupan pasar lokal yang luas.
- 2) Lokasi Toko Tutik Barokah Lumajang strategis dan mudah untuk dijangkau.
- 3) Produk yang ada di Toko Tutik Barokah Lumajang cukup untuk memenuhikebutuhan konsumen.

**b. Harga**

Sejumlah uang atau nominal yang ditekankan pada suatu produk atau jasa yang diperdagangkan sebagai nilai tukar pelanggan (konsumen) untuk manfaat produk atau jasa yang digunakan atau miliki (Kotler dan Amstrong, 2012)

Indikator variabel harga dalam penelitian ini adalah :

- 1) Harga yang terjangkau adalah harga yang diharapkan dapat pelanggan terjangkau saat membeli. Produk dengan harga terjangkau akan lebih menarik minat konsumen.
- 2) Perbandingan harga merupakan penentuan harga jual produk dengan kemampuan produk tersebut bersaing dengan produk lainnya.
- 3) Kesesuaian harga merupakan penyesuaian suatu barang antara kualitasnya dengan harga mampu memuaskan perasaan pelanggan (konsumen).

Dari indikator-indikator harga diatas, kuesioner dapat disusun seperti berikut ini:

- 1) Harga yang ditawarkan Toko Tutik Barokah Lumajang mampu dijangkau oleh konsumen
- 2) Harga di Toko Tutik Barokah Lumajang lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya.
- 3) Harga yang ditawarkan Toko Tutik Barokah Lumajang sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang ditawarkan.

### **c. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan oleh pelanggan (konsumen) dalam menyatakan hasil dari kinerja produk atau jasa yang digunakan dan diinginkan setiap pelanggan (konsumen).

Indikator kepuasan konsumen pada penelitian ini, dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk yang dijual

Salah satu faktor kepuasan pelanggan berasal dari salah satunya adalah kualitas produk yang dijual. Pelanggan tentu saja mengharapkan produk yang memiliki

kualitas sesuai yang dilihat pada iklan atau yang dirasakan di sampel yang diterima. Hal ini membuat perusahaan harus berupaya untuk mempertahankan produknya agar kualitas tetap terjaga dan tidak membuat pelanggan (konsumen) kecewa.

## 2) Kualitas pelayanan yang diberikan

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang meliputi ketepatan, kecepatan, bersih dan ramahnya pelayanan perusahaan terhadap pelanggan (konsumen).

## 3) Harga Produk

Harga produk juga menjadi salah satu indikator kepuasan pelanggan. Harga yang sesuai dengan nilai dari produk yang diperdagangkan oleh perusahaan lebih menarik minat pelanggan. Pada umumnya, pelanggan lebih suka dengan harga yang murah namun pelanggan tetap membandingkannya dengan kualitas dari produk yang digunakan pelanggan.

## 4) Kemudahan dalam mengakses produk

Suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan supaya konsumen mudah untuk menemukan dan membeli produk yang ditawarkan. Jika proses pembelian produk cenderung rumit atau sulit ditemukan, pelanggan cenderung untuk menghindarinya dan lebih memilih produk mudah untuk didapatkan.

### 5) Cara mengiklankan produk

Iklan produk yang perlu dibuat oleh perusahaan disesuaikan dengan target marketnya dan harus yang mudah dimengerti. Adanya aspek sosial dan moral dalam iklan lebih disenangi oleh pelanggan (konsumen).

Dari beberapa indikator tentang kepuasan pelanggan diatas, kuesioner dapat disusun dengan jawaban menggunakan skala *likert* dan disesuaikan pada kondisi objek penelitiannya, adalah berikut:

- 1) Produk di Toko Tutik Barokah Lumajang memiliki kualitas yang sangat bagus.
- 2) Konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan Toko Tutik Barokah Lumajang.
- 3) Harga produk di Toko Tutik Barokah Lumajang sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.
- 4) Produk di Toko Tutik Barokah Lumajang dapat dipesan via telepon.

### **3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

Instrumen penelitian merupakan alat untuk pengumpulan data data penelitian dan kemudian dilampirkan untuk pengujian hipotesis yang nantinya diajukan pada penelitian. Ada 3 instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu berikut:

- a. Instrumen untuk mengukur saluran distribusi,
- b. Instrumen untuk mengukur stabilnya harga,
- c. Instrumen untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:23), skala pengukuran merupakan acuan untuk pengukuran peneliti dalam mengukur variabel- variabel

penelitian. Skala *likert* merupakan skala untuk mengukur yang dipakai dalam penelitian ini, menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:24) model pada skala *likert* cukup banyak dipergunakan peneliti dalam mengukur sikap, persepsi maupun fenomena sosial lain. Pada penelitian ini, tersusun tabel instrumen penelitian dengan skala pengukurannya sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Saluran Distribusi	1. Cakupan Pasar 2. Lokasi Pembelian 3. Kecukupan Produk	1) Toko Tutik Barokah Lumajang memiliki cakupan pasar lokal yang luas. 2) Lokasi Toko Tutik Barokah Lumajang strategis dan mudah untuk dijangkau. 3) Produk yang ada di Toko Tutik Barokah Lumajang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen.	Ordinal	Tjiptono (2015)
2	Harga	5. Keterjangkauan 6. Perbandingan 7. kesesuaian	1) Harga yang ditawarkan Toko Tutik Barokah Lumajang mampu dijangkau oleh konsumen. 2) Harga di Toko Tutik Barokah Lumajang lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya. 3) Harga yang ditawarkan Toko Tutik Barokah Lumajang sesuai dengan manfaat dan kualitas barang yang ditawarkan.	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2016)
3	Kepuasan Pelanggan	1. Kualitas produk yang dijual 2. Kualitas pelayanan yang diberikan 3. Harga produk 4. Kemudahan dalam mengakses produk 5. Cara mengiklankan produk	1) Produk di Toko Tutik Barokah Lumajang memiliki kualitas yang sangat bagus. 2) Konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan Toko Tutik Barokah Lumajang. 3) Harga produk di Toko Tutik Barokah Lumajang sesuai dengan kualitas produk yang di dapatkan. 4) Produk di Toko Tutik Barokah Lumajang dapat dipesan via telepon.	Ordinal	Tjiptono (2014)

Sumber: Data diolah 2023

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Dokumentasi

Tujuan dokumentasi adalah untuk mendapatkan data secara langsung dari tempat dilakukannya penelitian, dokumentasi berupa buku yang relevan, peraturan, laporan kegiatan, film dokumenter, foto dan data penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan menurut Alma (2018:105).

Dokumen yang dipergunakan pada penelitian ini berupa gambaran umum dan pengisian kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan toko Tutik Barokah Lumajang.

#### 3.7.2 Kuesioner

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:28) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan secara konvensional (*online*) ke responden untuk dijawab merupakan pengertian dari kuesioner. Sebanyak 85 responden pelanggan toko Tutik Barokah Lumajang diberi kuesioner dengan tujuan memperoleh data dan bahan yang nantinya dapat dipakai pada penelitian.. Peneliti mengetahui saluran distribusi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Toko Tutik Barokah Lumajang diketahui dari hasil kuesioner. Pada hasil kuesioner tersebut akan diberi skor di tiap butirnya. Dalam hal ini disebut Skala *likert*.

Bentuk - bentuk skor berdasarkan skala *likert* menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A.(2020:24) antara lain:

- |  |   |
|--|---|
| 1) Sangat setuju atau sangat positif (SS/SP) dengan skor | 5 |
| 2) Setuju atau positif (ST/PS) dengan skor               | 4 |

- |   |   |
|---|---|
| 3) Ragu-ragu atau netral (RG/NT) dengan skor                    | 3 |
| 4) Tidak setuju atau negatif (TS/NG) dengan skor                | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju atau sangat negatif (STS/SN) dengan skor | 1 |

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2013:88) merupakan proses pencarian dan rangkuman data yang secara sistematis dan diperoleh dari sumber data wawancara, catatan lapangan dan lain lain sehingga orang lain bisa dengan mudah memahami dan mendapatkan informasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Uji ini dapat dipergunakan jika jumlah pada variabel bebas digunakan lebih dari 1 dengan 1 variabel terikat menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:137). Melakukan uji asumsi klasik sebelum uji regresi linier untuk pengolahan data penelitian. Analisis data dibantu dengan program SPSS pada penelitian ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **3.8.1 Uji Instrumen**

Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan sebelum uji hipotesis, untuk asumsi yang harus dipenuhi oleh kuesioner sehingga data tersebut valid dan reliabel.

##### **a. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono, (2015:430) uji validitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur kecocokan yang harus diukur. Pada pengujian validitas, analisis faktor dilakukan dengan menghubungkan (korelasi) jumlah skor faktor dengan skor total. Jika hasil setiap faktor yang dikoreksi positif sebesar 0,3 ke atas maka

faktor itu dikatakan valid. Namun, jika hasilnya dibawah 0,3 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data menurut Sugiyono (2012:178). Pada penelitian kuantitatif, pernyataan data yang reliabel adalah jika 2 atau lebih objek data yang sama dipisah menjadi dua bisa menunjukkan hasil yang sama. Tingkat konsistensi erat hubungannya dengan reliabilitas, sehingga jika ada peneliti lain menerapkan kembali pada penelitian, maka hasilnya tetap sama.

Dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach* menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas bisa dilakukan. Berikut ini indeks kriteria reliabilitas.

**Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas**

<b>No.</b>	<b>Interval <i>Alpha Cronbach</i></b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
1.	0,00-0,20	Kurang Reliabel
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 Uji Asumsi Klasik**

Gunawan, C., (2020:108) mengatakan tujuan melakukan uji asumsi klasik yakni untuk memberikan kepastian persamaan pada regresi yang didapat mempunyai ketepatan pada perkiraan, tidak dapat konsisten. Uji asumsi klasik adalah uji persyaratan yang digunakan untuk menguji regresi dengan metode yang digunakan yaitu metode estimasi *Ordinal Least Squares* (OLS) menurut Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020:137). Ada empat jenis uji dalam uji asumsi klinik

yang dilakukan dalam model regresi linier berganda. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Menurut Riyanto (2020:81) uji yang dilakukan untuk mengukur data yang diperoleh mempunyai distribusi normal atau tidak adalah pengertian dari uji normalitas. Dalam pengukuran tersebut statistik yang dipilih bisa dilakukan dengan tepat. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas ini menurut BAhri (2018:165) mempunyai ketentuan yaitu jika nilai signifikan  $> 0,05$  (5%) data tersebut dinyatakan distribusi normal. Begitu sebaliknya jika hasil ujinya  $< 0,05$  (5%) maka dikatakan distribusi tidak normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui model regresi memiliki korelasi dengan antar variabel independen dan jika ada korelasi, maka ada suatu masalah multikolinieritas yang harus diselesaikan.

Ada beberapa metode yang bisa digunakan untuk memeriksa uji multikolinearitas, menurut Umar (2011:140) sebagai berikut:

- 1) Tingginya korelasi dapat memberitahu adanya kolinieritas, dan sebaliknya jika terdapat kolinieritas mengakibatkan tingginya korelasi.
- 2) Melihat koefisien korelasi parsial sangat disarankan. Apabila  $R^2$  sangat tinggi akan tetapi masing-masing  $r^2$  yang parsial rendah akan memberikan arahan bahwa variabel independen mempunyai korelasi yang tinggi dan minimal satu diantaranya berlebihan. Tapi bisa saja  $R^2$  tinggi dan masing-masing  $r^2$  juga

tinggi maka tidak ada jaminan terjadinya multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat diketahui dengan cara melihat nilai VIF dan toleransi dengan ketentuan jika nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian yang dipakai dalam mengetahui adanya perbedaan varian dari residual suatu observasi ke observasi lainnya. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas bisa melakukan metode *Scatterplot*, yaitu model dapat disebut baik jika tidak ada pola tertentu pada grafiknya, seperti halnya berkumpul di tengah, mengecil membesar ataupun sebaliknya.

### 3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan analisis regresi ganda jika memiliki tujuan untuk meramalkan bagaimanakah keadaan seperti naik turunnya variabel dependen, jika 2 variabel independen atau lebih yang menjadi faktor prediktor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi ganda ini akan dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal ada 2 menurut Sugiyono, (2017:305). Regresi linier berganda ditulis secara umum seperti berikut ini:

$$\text{Keterangan : } Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Koefisien Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi variabel independen

X<sub>1</sub> = Saluran Distribusi

X<sub>2</sub> = Harga

e = Error

Analisis regresi ganda ini digunakan untuk mengetahui variabel mana antara variabel independen yakni saluran distribusi dengan harga yang mempengaruhi variabel dependen yakni kepuasan pelanggan. Selain itu, analisis regresi ganda ini dapat digunakan juga untuk tahu sebesar apa hubungan antara masing-masing independen dengan variabel dependen lain.

### 3.9.1 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, diperlukan uji hipotesis. Dalam melaksanakan uji hipotesis, yang perlu peneliti lakukan adalah memilih dan menentukan sampel, menilai instrumen, desain serta menjalankannya sesuai langkah-langkah yang sesuai pada penelusuran data yang dibutuhkan. Pada hasil uji hipotesis terdapat dua kemungkinan yakni, diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah uji parsial.

#### Uji T (Uji Parsial)

Uji T adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui sebuah nilai tertentu yang dijadikan sebagai pembanding, secara nyata atau tidak berbeda dengan rata-rata sampelnya. Pada penelitian ini Uji T digunakan untuk menguji pengaruh signifikansi antar variabel, yakni variabel independennya adalah saluran distribusi sebagai  $X_1$  dan Harga sebagai  $X_2$  terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan sebagai  $Y$ . Penjelasan langkah-langkah uji t berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H1: Ada pengaruh yang signifikan saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan

H2 : Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan

2) Menentukan *level of significant* dengan  $\alpha = 10\%$  Penelitian tingkat signifikan  $\alpha$  sebesar 10% (0,1).

3) Menentukan kriteria untuk 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 menggunakan rumus degree of freedom / derajat kebebasan.

$df = n - k$  dimana  $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel independen dan dependen.

5) Menarik kesimpulan yang didasarkan kepada perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan kriteria dan signifikan yang sudah ditentukan.

### 3.9.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model saat menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Jika nilai  $R^2$  kecil artinya kemampuan variabel bebas saat menjelaskan variasi di variabel terikat itu sangat terbatas. Jika nilai mendekati angka 1 artinya variabel-variabel bebas bisa memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan dalam hal variasi variabel terikat. Dalam penggunaan koefisien determinasi terdapat kelemahan yaitu di jumlah variabel bebas yang akan dimasukkan dalam setiap model. Setiap adanya tambahan 1

variabel bebas maka yang terjadi pada  $R^2$  pasti akan mengalami adanya peningkatan juga, tidak melihat variabel itu berpengaruh secara signifikan pada variabel terikat. Menurut Kuncoro (2013:245) banyak peneliti lebih menyarankan nilai *Adjusted*  $R^2$  saat melakukan evaluasi nama model dari regresi yang paling baik.

Koefisien determinasi  $R^2$  pada penelitian ini akan digunakan dalam mencari besarnya pengaruh variabel independen yakni saluran distribusi dan juga harga terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan pada pelanggan gas LPG di Toko Tutik Barokah Lumajang dengan menggunakan nilai R Square.

