

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat menguji teori yang terkait dengan evaluasi variabel penelitian dan mengidentifikasi hubungan yang tepat antara faktor-faktor ini. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif melibatkan survei terhadap populasi atau sampel tertentu untuk menguji gagasan yang terbentuk sebelumnya.

Menurut Siregar (2015) Suatu penelitian yang bertujuan untuk menetapkan hubungan antara satu atau lebih variabel dikenal sebagai analisis asosiasi. Meskipun memungkinkan untuk menggeneralisasikan temuan analisis tersebut, hal ini tidak selalu benar. Ketika variabel berkorelasikan, ini menunjukkan bahwa hipotesis valid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini membutuhkan kegiatan pengumpulan data yang berkaitan dengan variabel X yaitu kualitas pelayanan(X1), citra perusahaan (X2) dan *word of mouth* (X3) terhadap variabel Y yaitu keputusan pengguna jasa servis pada LCC (Lumajang *Computer Center*) di Kabupaten Lumajang.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah elemen utama yang menjadi fokus kajian dalam suatu penelitian. Objek ini merujuk pada apa yang di teliti atau dikaji untuk menjawab pertanyaan penelitian, menguji hipotesis, atau mencapai tujuan peneliti tertentu. Objek penelitian dalam penelitian kuantitatif, dapat berupa individu, kelompok,

organisasi, fenomena, proses, atau konsep yang adapat diukur secara numerik. Objek penelitian ini berhubungan dengan individu yang mana berkaitan dengan kualitas pelayanan (X1), selain itu proses yang berkaitan dengan citra perusahaan (X2), dan *word of mouth* (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pengguna jasa (Y). Penelitian ini berfokus pada situs yang menggunakan layanan LCC di Kabupaten Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2015) “Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari wawancara, observasi atau survei”. Data primer berfokus pada data yang dikumpulkan dan diolah langsung oleh suatu organisasi atau individu. Pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan riset dengan melakukan survei kuisioner oleh responden yaitu konsumen yang berada di LCC (Lumajang *Computer Center*) di Kabupaten Lumajang. Hasil kuisioner ini berkaitan tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan, *word of mouth* dan keputusan pengguna jasa para konsumen LCC (Lumajang *Computer Center*).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau asal informasi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian, menguji hipotesis, atau mencapai tujuan penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian kuantitatif, biasanya berbentuk angka dan dianalisis secara statistik. Sumber data dapat berasal dari berbagai entitas, tergantung pada konteks penelitian dan pendekatan yang digunakan.

Penelitian kuantitatif menurut Robert Dommoyer dalam Given (2008:713), adalah “pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan , menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik dari pada naratif”.

3.4 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2015:148) populasi adalah adalah “wilayah genelirasinya yang terdiri dari atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek sebagai sumber data, dengan dengan karakteristik khusus dalam sebuah penelitian, yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang sudah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pada LCC (Lumajang *Computer Center*).

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi yang dipilih untuk mewakili seluruh populasi dalam sebuah penelitian atau studi. Sampel digunakan ketika meneliti seluruh populasi tidak memungkinkan atau tidak efisien karena keterbatasan waktu, biaya, atau sumber daya. Sedangkan menurut Arikunto (2010), dalam bukunya berjudul “Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik”, menjelaskan Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel diambil dari populasi untuk memberikan gambaran umum tentang populasi tersebut. Sedangkan menurut Sugiyono (2015:149) “sampel adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2015), menyatakan bahwa “instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa LCC (Lumajang Computer Center).

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian. Sugiono (2015:150) menjelaskan bahwa untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan”. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka peneliti menetapkan kriteria sampel sebagai berikut :

- a. Responden yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa servis pada LCC (Lumajang Computer Center)
- b. Konsumen yang memiliki rentang usia 18 – 50 tahun.
- c. Responden yang dapat diajak bekerja sama dan tanpa paksaan.

Teknik yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel yang dijelaskan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* (1982:253), seperti yang

dikutip dalam (Sugiyono, 2019:164-165) memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah 30 sampai 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria, wanita, pegawai negeri swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 15 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 4 (independen+dependen), maka jumlah anggota $15 \times 4 = 60$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka anggota sampel masing masing antara 10 sd 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *multivariate* yaitu analisis regresi liner berganda. Jumlah sampel dalam penelitian ini berkaitan dengan jumlah variabel, ada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Oleh karena itu ada empat variabel dalam penelitian ini. Sehingga jumlah sampel yan diambil yaitu $15 \times 4 = 60$ sampel. Semakin besar ukuran sampel semakin dekat pula dengan hasil penelitian. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden karena ada 4 variabel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Paramita & Rizal, (2018:36) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah objek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja tentang hal

tersebut dan ditarik kesimpulan”. Terdapat dua variabel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu :

a. Variabel Dependen

“Variabel dependen disebut juga variabel terikat, *endogen* atau *kosekuen* sehingga variabel ini menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Hakikat sebuah tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang digunakan” (Paramita & Rizal (2018:37). Variabel ini merupakan permasalahan yang harid diselesaikan oleh peneliti atau merupakan tujuan dari penelitian. Variabel dependen yang dipakai dalam penelitian ini yaitu keputusan pengguna jasa (Y).

b. Variabel Independen

Menurut Paramita & Rizal, (2018:37) “Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif atau berpengaruh negatif. Variabel ini menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan. Variabel ini disebut juga dengan variabel predictor, eksogen atau bebas. Variabel ni merupakan representasi dari fenomena yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen”. Variabel independen yang dipakai dalam peneliti yaitu

- 1) Kualitas Pelayanan (X1)
- 2) Citra Perusahaan (X2)
- 3) *Word Of Mouth* (X3)

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel dependen peneliti penelitian ini yaitu keputusan pengguna jasa, sedangkan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan dan *word of mouth*. Berikut definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini :

a. Keputusan Pengguna Jasa (Y)

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:177) “keputusan pengguna merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa”. Keputusan pengguna jasa adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau pengguna jasa.

b. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Fausi, (2017:12) “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu perusahaan yang diukur oleh konsumen dengan melihat pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen atau tidak.

c. Citra Perusahaan (X2)

Rangkuti (2004) mengemukakan bahwa “citra merek atau citra perusahaan merupakan kompilasi dari asosiasi-asosiasi merek yang tercipta oleh konsumen. Asosiasi merek adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan semua aspek memori merek”. Citra suatu merek lebih mungkin diterima oleh konsumen yang

sudah mengenalnya. Kepribadian merek adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan hal ini.

d. *Word Of Mouth* (X3)

Menurut Hasan (2010) Tujuan pemasaran dari mulut ke mulut adalah untuk menyampaikan pesan bisnis kepada konsumen, khususnya *audiens* target, untuk memberi tahu mereka tentang manfaatnya”.

3.5.3 Definisi Operasional

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa suatu variabel dapat diberi definisi operasional dengan cara memberi makna, menentukan aktivitasnya, atau membenarkan operasi-operasi yang diperlukan untuk mengukurnya.

a. Keputusan Pengguna Jasa (Y)

Keputusan pengguna merupakan Proses pengambilan keputusan pembelian tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari rangkaian aktivitas yang berlangsung sebelumnya dan secara bertahap membentuk pertimbangan konsumen (Assauri, dalam Maduma et al., 2013). Indikator dari keputusan pengguna menurut Kotler & Amstrong (2018) yaitu :

1. Pilihan produk
2. Pilihan merk
3. Waktu pembelian
4. Jumlah pembelian
5. Metode pembayaran.

Berdasarkan indikator variabel keputusan pengguna maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) Produk/jasa servis yang ditawarkan LCC memiliki kualitas yang baik dan unggul.
- 2) Saya merasa yakin dengan kualitas produk servis yang disediakan oleh LCC.
- 3) LCC selalu menggunakan merk peralatan yang unggul.
- 4) Merk produk yang digunakan dalam servis mempengaruhi keputusan saya dalam memilih LCC.
- 5) Mempertimbangkan waktu tunggu servis sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa di LCC.
- 6) Saya memilih jasa servis karena kecepatan penanganan yang ditawarkan oleh teknisi.
- 7) Saya menggunakan lebih dari satu jenis jasa servis di LCC.
- 8) Merasa puas dengan jasa servis di LCC sehingga saya bersedia untuk menggunakan jasa LCC secara berulang.
- 9) Adanya beragam metode pembayaran yang disediakan oleh LCC yang memudahkan customer dalam melakukan pembayaran.

b. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diharapkan dan dikendalikan oleh penyedia jasa untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan secara tepat waktu dan memuaskan. Parasuraman *et al.* (2018, p. 100) menjelaskan indikator kualitas pelayanan ialah sebagai berikut:

- 1) Keandalan (*reability*)
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*)²⁴
- 3) Jaminan (*assurances*)

4) Empati

5) Bukti fisik (*tangible*)

Berdasarkan indikator variabel kualitas pelayanan maka disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) LCC selalu memberikan jasa servis yang sesuai dengan yang dijanjikan.
- 2) Teknisi LCC bekerja dengan teliti dan professional dalam menangani kerusakan..
- 3) Teknisi LCC cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan yang dialami customer.
- 4) Staf LCC selalu bersedia untuk membantu pelanggan dengan sigap dan ramah.
- 5) Saya merasa aman saat menyerahkan perangkat untuk diservis pada LCC.
- 6) LCC selalu memberikan jaminan dan garansi yang jelas untuk hasil servis yang dilakukan.
- 7) Saya merasa dilayani secara baik tanpa membedakan customer lainnya.
- 8) LCC selalu menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan, kepuasan saya sebagai customer.
- 9) LCC memiliki fasilitas ruangan yang sangat bersih rapi dan wangi.

c. Citra Perusahaan (X2)

Citra perusahaan merupakan persepsi atau gambaran kesan public terhadap suatu organisasi atau perusahaan yang terbentuk dari pengalaman, informasi dan komunikasi yang diterima masyarakat mengenai perusahaan tersebut. Berikut beberapa indikator citra perusahaan menurut Suroaya & Lestari (2020) adalah :

- 1) Kesan (*Impressions*)
- 2) Kepercayaan (*Beliefs*)
- 3) Sikap (*Attitudes*)

Berdasarkan indikator variabel citra perusahaan maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) LCC memiliki reputasi yang baik di masyarakat sebagai pusat servis di Kabupaten Lumajang
- 2) Tampilan dan branding LCC mencerminkan perusahaan yang terpercaya.
- 3) Saya memiliki kesan positif terhadap nama baik perusahaan pada LCC
- 4) Saya mempercayai bahwa LCC mampu menangani masalah perangkat yang dialami customer.
- 5) LCC selalu jujur dalam memberikan informasi dan harga servis.
- 6) Saya mempercayai bahwa LCC mampu menjaga reputasi perusahaan secara konsisten.
- 7) Saya mendukung adanya keberadaan dan perkembangan LC sebagai penyedia jasa servis.
- 8) Jika perangkat saya rusak, saya akan menjadikan LCC menjadi pilihan pertama untuk menggunakan jasa servis.
- 9) Saya menyukai pelayanan yang diberikan oleh staf dan teknisi LCC.

d. *Word Of Mouth (X3)*

Menurut Joesyiana, (2018), *word of mouth* memiliki lima dimensi atau indikator yang dikenal dengan 5T yaitu :

- 1) Pembicara (*Talkers*)
- 2) Topik (*Topics*)
- 3) Alat (*Tools*)
- 4) Partisipasi (*Talking Part*)
- 5) Pengawasan (*Tracking*)

Berdasarkan indikator variabel *word of mouth* maka disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) Saya mendapatkan rekomendasi tentang LCC dari orang yang pernah menggunakan jasanya.
- 2) Saya lebih percaya pada informasi dari orang yang pernah menggunakan jasa servis LCC daripada iklan.
- 3) Media sosial memudahkan saya dalam mengetahui reputasi LCC dari pengalaman customer lain.
- 4) Saya sering melihat orang lain membagikan pengalaman mereka tentang LCC di status media sosial mereka.
- 5) Saya merasa senang jika dapat membantu orang lain menemukan jasa servis yang baik seperti LCC.
- 6) Saya bersedia membagikan pengalaman saya tentang LCC di media sosial.
- 7) Saya membandingkan ulang ulasan tentang LCC sebelum memutuskan menggunakan jasa servis tersebut.
- 8) LCC selalu cepat dan tanggap dalam menangani setiap keluhan atau masukan yang didapat.

- 9) LCC selalu melakukan pengawasan yang beredar tentang layanan mereka yang ada di media sosial.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) Instrumen Penelitian merupakan sebuah alat untuk mengukur suatu keadaan alam atau sosial yang akan diamati, sehingga variabel dapat dijadikan sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 4 instrumen yang akan digunakan, yaitu :

- a. Instrument untuk mengukur Kualitas Pelayanan.
- b. Instrumen untuk mengukur Citra Perusahaan.
- c. Intrumen untuk mengukur *Word Of Mouth*.
- d. Intrumen untuk mengukur Keputusan Pengguna Jasa.

Instrument dalam penelitian ini disuruh berlandaskan indikator – indikator variabel. Instrumen penelitian ini dan skala pengukurannya disajikan pada table berikut ini :

Tabel 3.1. Indikator, Variabel, Skala Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Keputusan Pengguna Jasa (Y)	Pilihan Produk	Memutuskan untuk menggunakan jasa servis di LCC karena fitur dan kualitas pelayanannya.	Ordinal	Kotler & Amstrong (2018)
		Pilihan Merk	Saya mempertimbangkan merk hardware yang digunakan oleh LCC		
		Waktu Pembelian	Mempertimbangkan waktu tunggu servis sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa di LCC.		

		Jumlah Pembelian	Saya menggunakan lebih dari satu jenis jasa servis di LCC.		
		Metode Pembayaran	Kemudahan dalam proses pembayaran mempengaruhi saya untuk menggunakan jasa servis kembali.		
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Keandalan (<i>realibility</i>)	LCC selalu memberikan jasa servis yang sesuai dengan yang dijanjikan.	Ordinal	Parasuraman <i>et al.</i> (2018)
		Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Teknisi LCC cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan yang dialami customer.		
		Jaminan (<i>assurances</i>)	Merasa aman saat menyerahkan perangkat untuk diservis pada LCC.		
		Empati (<i>Emphaty</i>)	LCC selalu menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan, kepuasan saya sebagai pelanggan.		
		Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	LCC memiliki fasilitas servis yang bersih dan tertata rapi.		
3.	Citra Perusahaan (X2)	Kesam (<i>Impressions</i>)	LCC memiliki reputasi yang baik di masyarakat sebagai pusat servis di komputer Lumajang.	Ordinal	Upamannyu <i>et al.</i> (2015)
		Kepercayaan (<i>Beliefs</i>)	Mempercayai LCC dalam menangani masalah perangkat saya.		
		Sikap (<i>Attitude</i>)	Saya bersedia merekomendasikan LCC karena saya memiliki pandangan baik.		

4	<i>Word Of Mouth</i> (X3)	Topik (<i>Topics</i>)	Saya mendapatkan rekomendasi tentang LCC dari orang yang pernah menggunakan jasanya.	Ordinal	Joesyiana (2018)
		Alat (<i>Tools</i>)	Riview dan masukan ulasan online mempengaruhi persepsi saya terhadap LCC.		
		Partisipasi (<i>Talking part</i>)	Saya bersedia membagikan pengalaman saya tentang LCC di media sosial.		
		Pengawasan (<i>Tracking</i>)	Saya mempertimbangkan pendapat kerabat ataupun keluarga sebelum memilih jasa servis.		

Sumber: Variabel, Indikator, Instrumen, dan Skala Pengukur

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Menurut Sahr, (2021:30) observasi adalah teknik pengumpulan data dengan peneliti turun langsung ke lapangan, kemudian mengamati gejala yang sedang diteliti setelah itu peneliti bisa menggambarkan masalah yang terjadi yang bisa dihubungkan dengan teknik pengumpulan data yang lain seperti kuisioner atau wawancara dan hasil yang diperoleh digabungkan dengan teori dan penelitian terdahulu. Penelitian ini melakukan observasi secara langsung untuk mengamati objek yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan dan *word of mouth* terhadap keputusan pengguna jasa servis pada LCC (Lumajang Computer Center) di Kabupaten Lumajang.

3.7.2 Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan suatu sumber data dengan cara tanya jawab antara peneliti dan informan atau subjek yang akan di teliti. Menurut Sugiyono (2019:304) “ wawancara adalah pertemuan dua orang untuk berbagi informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dibangun menjadi makna dalam topik tertentu”. Teknik yang dilakukan peneliti adalah melakukan tanya jawab kepada beberapa customer pengguna jasa servis pada LCC (Lumajang *Computer Center*) di Kabupaten Lumajang.

3.7.3 Kuesioner

Menurut Sudaryono (2018) “Kuesioner adalah sebuah set pertanyaan sistematis dan secara logis berhubungan dengan masalah penelitian yang diajukan oleh peneliti”. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada customer pengguna jasa servis pada LCC dengan harapan dapat memperoleh data yang akurat mengenai kualitas pelayanan, faktor budaya sosial terhadap keputusan pengguna jasa servis pada LCC. Pengukuran data mengenai variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Skor yang diberikan menggunakan skala *likert*. Dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun bentuk dari skala *likert* antara lain sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sudaryono, 2018:191)

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:147). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda “Analisis regresi berganda merupakan analisis statistic yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengukur insitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat perkiraan nilai Y atas X” (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:157-158).

3.8.1 Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Riyanto & Hatmawan, (2020:63) “Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalida atau kesahihan suatu instrument penelitian. Instrument dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak untuk diukur. Dimana untuk hasil uji validitas tidak berlaku secara universal, artinya suatu instrument dapat memiliki nilai valid untuk waktu yang berbeda atau tempat yang berbeda”. Uji validitas perlu dilakukan terhadap suatu

instrument penelitian khususnya instrumen yang dibuat dari kuisioner. Uji validitas diukur jika nilai $> 0,3$ memenuhi syarat valid dan jika korelasi antar butir skor total $< 0,3$ tidak valid (Sugiyono, 2018:182).

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas atau uji kehandalan adalah uji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuisioner. Instrument yang reliabel adalah instrument yang apabila dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama, dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Pegujian reabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi data dan stabilitas data atau temuan. Data dikatakan reliabel apabila data tersebut konsistensi dan menunjukkan adanya ketelitian. Dimana instrument yang baik tidak tersifar tendesius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti (Sugiarto, 2017:208-209).

Nunnally dalam Sugiarto, (2017:212) menyatakan bahwa “Tersedia berbagai metode uji reabilitas namun saat ini banyak digunakan dalam metode penelitian adalah metode *Cronbach's Alpha* karena dianggap mampu menguji secara reliabel dan koefisien”. “Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ ” (Nunnally, 1994) dalam (Ghozali, 2018:46).

Satu atau beberapa item tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* rendah (Setiawan, 2020). Menurut Darwin *et al.*, (2021:145) Makna dari nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach's	Tingkat Reliabilitas
1	> 0,90	Reliabilitas Sempurna
2	0,70 – 0,90	Reliabilitas Tinggi
3	0,50 – 0,70	Reliabilitas Moderat
4	< 0,50	Reliabilitas Rendah.

Sumber Data: Darwin *et al.*, (2021:145)

3.8.2 Analisis Statistika Deskriptif

Menurut Lupiyoadi & Ikhsan, (2015:84) “Statistik deskriptif merupakan bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang ditunjukkan untuk mendapatkan gambaran atau mendeskripsikan sekupumpulan data dari hasil pengamatan”. Menurut Paramita & Rizal (2018:76) “ Statistik deskriptif adalah suatu bentuk analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan data. Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian”. “Stastisik deskriptif meliputi kegiatan mengumpulkan data, memngolah data, dan menyajikan data. Penyajian bisa menggunakan table, diagram, ukuran , dan gambar. Statistik deskriptif ditunjukkan dengan frekuensi ukuran tendensi sentral, (mean, median, modu) dan *disperse* (kisaran, varian, standar deviasi)” (Suryani & Hendryadi, 2018:210). “Dalam statistk deskriptif, analisis korelasi dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel, analisis regresi dapat digunakan untu menghasilkan prediksi, dan perbandingan dapat dilakukan dengan membandingkan rata-rata atau lebih tanpa persyaratan untuk menilai signifikan” (Sugiyono, 2020:199-200).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi memiliki beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi untuk menghasilkan estimasi yang baik atau dikenal dengan BLUE (*Best Linear Unbiased*). Asumsi – asumsi dasar tersebut mencakup normalitas multikolinearitas, dan heteroskedasitas.

a. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data menurut penjelasan Hatmawan & Riyanto (2020:137) “uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah distribusi variabel pengganggu atau residu dalam model regresi berdistribusi normal”. Residual yang berdistribusi normal atau tidak dapat dideteksi melalui analisis grafik dan uji statistik non parametik Kolmogorov smirnov (K-S) kurtosis dengan ketentuan sebagai berikut :

1. H_0 : nilai sig (α) $\geq 0,05$ maka data residual terdistribusi normal.
2. H_a : nilai sig (α) $\leq 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas Data

Menurut penjelasan Hatmawan & Riyanto (2020:139) digunakan untuk menguji sebuah model regresi mengenai ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas berarti terdapat hubungan yang kuat antara sebagian atau seluruh variabel bebas dalam model regresi. Adanya multikolinearitas mengakibatkan koefisien regresi yang tidak pasti, tingkat kesalahan yang sangat besar, dan biasanya ditandai dengan koefisien determinasi yang sangat besar.

Berdasarkan penjelasan Hatmawan & Riyanto, (2020:139) untuk mengidentifikasi multikolinearitas dalam sebuah model, yaitu jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai tolerance > 0,10 maka model tersebut dianggap tidak mengalami multikolinearitas. Semakin tinggi nilai VIF, maka semakin rendah toleransinya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Riyanto & Hatmawan (2020:139) bertujuan untuk menguji apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain berbeda. Kriteria uji Glejser 1). Sign $\geq 0,05$ Bebas Heteroskedastisitas 2). Sign < 0,05 Tidak Bebas Heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini mengetahui apakah suatu model terbatas dari gejala Heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan menggunakan alat statistik uji Glejser dengan bantuan *software* SPSS.

3.8.4 Model Regresi Linier Berganda

Menurut penjelasan Hatmawan & Riyanto, (2020:140), “regresi linier berganda melibatkan dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen”. Persamaan regresi linier umumnya dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 \dots + b_i.X_i + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pengguna)

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b_i = Koefisien regresi

X₁ = Variabel bebas X1

X_2 = Variabel bebas X_2

X_3 = Variabel bebas X_3

X_i = Variabel bebas X_i

e = Error

Pada penelitian ini persamaan analisis regresi linier berganda ialah sebagai berikut :

$$KP = a + b_1.KP + b_2.CP + b_3.WOM + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pengguna

a = Konstanta

KP = Kualitas Pelayanan

CP = Citra Perusahaan

WOM = *Word of Mouth*

b = Koefisien Regresi

ε = error tern (yang tidak terungkap = 5%)

Penelitian ini menerapkan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menentukan hubungan positif atau negatif dan menentukan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan *word of mouth* terhadap variabel dependen yaitu keputusan pengguna jasa, pada masyarakat Kabupaten Lumajang.

3.8.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda, langkah selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis. Menurut Basui dan Praowoto (2016:22) “uji hipotesis merupakan prosedur dalam membuktikan kebenarannya karakteristik populasi sesuai data sampel”. Dalam statistik, hipotesis yang akan diuji kebenarannya biasanya dibandingkan terhadap hipotesis yang selanjutnya ditolak. Pengujian ini ditujukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2), dan *word of mouth* (X3) terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pengguna (Y).

a. Uji Parsial

Menurut Basuki & Prawoto (2016:88) uji t atau uji parsial merupakan pengujian guna menentukan signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun prosedur pengujian hipotesis sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa servis pada LCC.

H2: Citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa servis pada LCC.

H3: *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa servis pada LCC.

2) Penentuan t -hitung dan memastikan besarnya tingkat signifikansi α .

Penelitian ini memiliki batas signifikansi $\alpha = 10\%$ atau 0,10, sedangkan besar t -hitung dapat diketahui melalui t -hitung output SPSS.

3) Menentukan pengujian kriteria ditetapkan :

- a. Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima.
- b. Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak.

4) Menentukan $-t_{hitung}$

Nilai $-t_{hitung}$ bisa dihitung dengan rumus $df = n - k$ dengan keterangan bahwa (n) untuk jumlah data dan (k) untuk jumlah variabel independen dan dependen. Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan, dapat disimpulkan mengenai perbandingan antara $-t_{hitung}$ dengan t_{tabel} .

5) Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan, dapat disimpulkan mengenai perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) Koefisien determinasi sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan 0 berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk menentukan variabel terikat (Y) yang merupakan hasil kerja variabel bebas (X). Jadi Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel kualitas pelayanan, citra

perusahaan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pengguna jasa servis pada LCC
(Lumajang *Computer Center*)

