



BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variable dalam penelitian. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variable atau lebih (Sugiyono 2005:11).

Dengan Kualitas pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan menjadikan dua variabel atau lebih saling berkesinambungan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk yang akan di jual ke masyarakat, dan kebanyakan kerupuk menjadi trend di era saat ini, maka banyaknya industri kerupuk yang saling bersaing dalam mencapai strata penjualan pasar yang lebih tinggi.

1.2 Obyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa puas pelanggan dengan kualitas pelayanan, harga dan lokasi untuk memasarkan kerupuk dan mengetahui kualitas setiap kerupuk untuk pelanggan. Banyaknya industri kerupuk rumahan di daerah Lumajang membuat penelitian yang bisa valid untuk diketahui dalam masyarakat. Dengan survei para pelanggan, terutama tempat industri-industri kerupuk di Lumajang. Adapun industri kerupuk yang telah teruji dalam penelitian.



- a. Industri kerupuk yang mendominasi di Lumajang adalah UD. Makmur, karena produk kerupuk terjamin sangat baik.
- b. Objek penelitian ini adalah Asosiatif yang variabelnya terdiri dari dua atau lebih.

b.3 Sumber dan Jenis Data

- a.
- b.
- c.

c.31 Sumber Data

Pengertian data menurut (Istijanto, 2009:35) adalah “Informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah (*raw data*).

c.31.1 Data Internal

“Data internal adalah data yang bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan” (Istijanto, 2009:39). Data internal dalam penelitian ini berupa data tentang profil industrikerupuk UD. makmur dari dan data konsumen yang melakukan Pembelian Kerupuk di Lumajang.

c.31.2 Data Eksternal

Data eksternal merupakan data diluar organisasi, mengacu dari (Istijanto, 2009:41) “Sesuai dengan kata eksternal yang berarti luar, data eksternal



merupakan data dari luar industri. Artinya, yang mengumpulkan atau mempublikasikan data tersebut bukan industri yang bersangkutan, melainkan organisasi lain, seperti pemerintah, organisasi nirlaba atau yayasan, asosiasi dagang, perusahaan investasi, perusahaan investasi atau riset”. Data eksternal dalam penelitian ini adalah data Penjualan Kerupuk Oleh industri-industri kerupuk di Lumajang untuk memuaskan Pelanggannya.

c.32 Jenis Data

c.32.1 Data Primer

Jenis data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data primer. “Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus” (Istijanto, 2009:44).

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang secara langsung diambil dari Pelanggan dalam kepuasannya terhadap industri kerupuk di Lumajang. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari literatur dan ilustrasi yang terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer karena data dikumpulkan secara langsung dari sumbernya yaitu Pelanggan. Data primer ini berupa hasil kuesioner untuk menjangkau pendapat konsumen mengenai kepuasan dalam pelayanan industrikerupuk di Lumajang.

c.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

c.4.1 Populasi



“Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit yang merupakan sumber dari data yang diperlukan” (Kuncoro, 2009:123).

(Sugiyono, 2012:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian Kerupuk dengan kepuasan terhadap pelayanan industri kerupuk di Lumajang, yaitu pada bulan Februari sampai Maret 2018.

c.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015:149) ”sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164) sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali



dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 3(tig) kategori yaitu kategori Kualitas Pelayanan, harga dan lokasi dengan sampel masing-masing kategori sebanyak 30% Kualitas Pelayanan, 30% Harga dan 25% Lokasi yang menjadi target industri kerupuk untuk memuaskan pelanggannya sehingga jumlah sampel keseluruhan sebanyak 85% sampel.

d.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknis yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

“Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar”(Sugiyono, 2015:235).



Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu Pelanggan Kerupuk di Lumajang.

d.5.2 Kuesioner

Dalam memperoleh data penelitian dibutuhkan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2015:230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana didalam kuesioner sudah disediakan alternatif jawaban dari tiap item pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi dalam memasarkan produk Kerupuk dari tiap Industri industri kerupuk di lumajang, dengan mengutamakan kenyamanan dan dilakukannya kuesioner



,dengan dibawakannya juga produk kerupuk yang dominan yaitu dari UD. Makmur.

Menurut (Sugiyono, 2015:168) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun bentuk skala likert adalah sebagai berikut:

1. Setuju/selalu/sangat/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah/ sangat negatif diberi skor 1

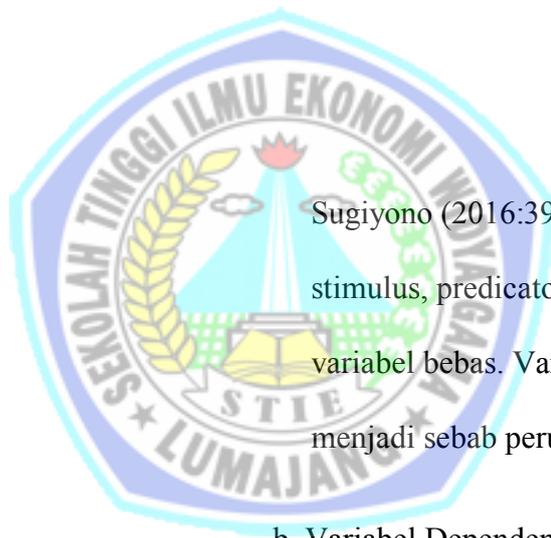
5.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Identifikasi Variabel

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”(Sugiyono, 2015:96).

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen.yang mempunyai dua variabel atau lebih dan kesimpulannya yaitu:

a. Variabel Independen



Sugiyono (2016:39) variabel independen ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen(terikat).

b. Variabel Dependen

Sugiyono (2016:39) variabel dependen ini sering disebut sebagai output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan konsumen yang diberi simbol Y . Sedangkan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Perubahan yang terjadi pada variabel dependen disebabkan oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3).

5.6.2 Definisi Konseptual Variabel

Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel dalam penelitian. Sedangkan variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator. Indikator dibuat pertanyaan-pertanyaan dalam angket atau kuesioner yang akan diberikan kepada responden.

3 Kualitas Pelayanan



“Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen” (Tjiptono, 2004).

4 Harga

“Harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan *revenue* penjualan, sedangkan elemen lain dari bauran itu menghasilkan biaya-biaya” (Adisaputro, 2014:209).

5 Tempat/Saluran Distribusi

“Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan sifatnya akan ditempatkan. Pentingnya lokasi bagi perusahaan jasa tergantung pada jenis dan derajat interaksi yang terlibat” (Lupiyoadi, 2014:157).

6 Layanan Pelanggan dan kepuasan konsumen

“Layanan pelanggan pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil (*outcome*) dari kegiatan distribusi dan logistic, di mana layanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan” (Lupiyoadi, 2014:99).

663 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penyebaran konsep dalam kegiatan yang lebih konkrit. Hal ini dilakukan dengan mencari indikator yang tepat dari



masing-masing variabel sehingga variabel-variabel tersebut dapat dihitung dengan tepat.

1. Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan (X_1) adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan, sebagai berikut

- 1) Karyawan industri krupuk ud. makmur memberikan pelayanan yang baik dalam memasarkan kepada konsumen.
- 2) Karyawan memberikan penjelasan dengan baik kepada konsumen disaat membeli produk kerupuk ud. makmur.
- 3) Rasa kerupuk ud. makmur sangat di jaga karena termasuk kualitas dalam melakukan pelayanan.

2. Harga

Untuk mendapatkan tanggapan atas variabel harga berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen maka digunakan kuesioner yang merujuk pada penelitian Edi Sunarto (2017) yang disesuaikan dengan kondisi obyek penelitian sebagai berikut:

- a. Harga Kerupuk sesuai dengan kemampuan beli saya.
- b. Harga Kerupuk yang sesuai dengan kualitas produk yang saya beli.
- c. Pembelian Kerupuk dalam jumlah besar akan mendapatkan potongan harga.
- d. Harga Kerupuk di lumajang bisa bersaing dengan Harga Kerupuk di kota kota lain.

3. Tempat/Saluran Distribusi



Data tentang tempat diperoleh berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen dengan indikator tempat menurut (Tjiptono, 2016:93) sebagai berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*)
- 4) Ekspansi
- 5) Lingkungan
- 6) Kompetisi
- 7) Peraturan pemerintah

Berdasarkan indikator tersebut, maka disusun kuesioner tentang lokasi dengan jawaban dalam skala Likert yang disesuaikan dengan kondisi obyek yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Penjualan kerupuk ud. makmur mudah di dapat di toko atau warung-warung dekat jalanan.
- 2) Industri tempat menjual Kerupukud. makmur berada pada lingkungan yang kebanyakan bersih.
- 3) Pelanggan merasa nyaman karena mudah di dapat.
- 4) Industri kerupukud, makmur menjual berbagai macam kerupuk rumahan.
4. Kepuasan konsumen

Data tentang Kepuasan konsumendiperoleh berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen dengan indikator Kepuasan konsumen menurut (Sunarto, 2006:2) sebagai berikut:



- 1) Berkomunikasi dengan pelanggan/konsumen.
- 2) Menangani pesanan.

Berdasarkan indikator tentang layanan pelanggan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala Likert, sebagai berikut :

- 1) Industri kerupuk ud. makmur mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan.
- 2) Permintaan Kerupukud. makmur selalu terpenuhi.

2).7 Instrumen Penelitian

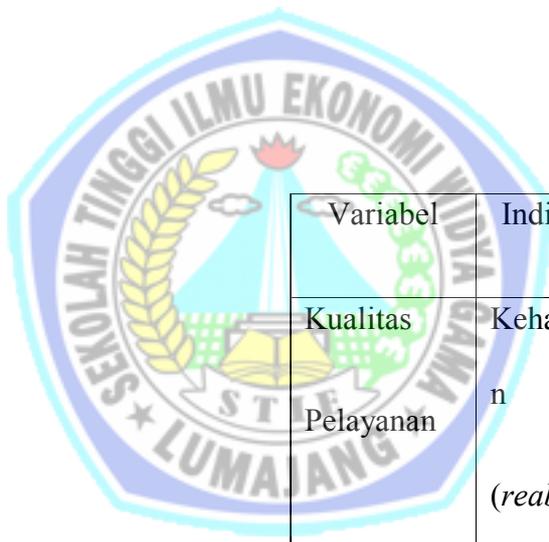
Menurut(Sugiyono, 2015:372)“dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk megumpulkan data.”

2).7.1 Data Ordinal

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal. “Menurut Tabachnick & Fidell(1996:8) data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori, namun posisi data data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam skala peringkat” (Kuncoro, 2007:23).

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutya instrumen penelitian dan skala pengukuranya disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian



Variabel	Indikator	Instrument	Skala	Sumber
Kualitas Pelayanan	Kehandalan (<i>reability</i>)	1. Karyawan industri kerupuk ud. makmur memberikan pelayanan yang baik dalam memasarkannya kepada konsumen	<i>Likert</i>	
	Daya tanggap (<i>rensponsiveness</i>)	2) Karyawan memberikan penjelasan dengan baik kepada konsumen disaat membeli produk kerupuk ud. Makmur	<i>Likert</i>	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	3) Rasa kerupuk ud. makmur sangat di jaga karena termasuk kualitas dalam melakukan pelayanan		



Harga	Kesesuaian harga dengan daya beli	4) Harga produk yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk yang saya beli		
harga	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	5) Harga produk sesuai dengan kemampuan beli saya.		Edi Sunarto (2017)
	Adanya potongan harga yang menarik	6) Dengan pembelian dalam jumlah tertentu mendapatkan potongan harga yang menarik.		
H a r g a p r o d u k bersaing		7) Harga produk motor bekas yang di tawarkan mampu bersaing dengan produk sejenis		



		lainnya.		
lokasi	A k s e s , misalnya l o k a s i y a n g m u d a h d i l a l u i a t a u m u d a h d i j a n g k a u s a r a n a t r a n s p o r t a s i u m u m .	8) Saya mudah m e n e m u k a n t e m p a t d a l a m m e m b e l i k e r u p u k u d . m a k m u r	Ordinal	Tjiptono, (2016:93)
	Visibilitas , misalnya l o k a s i d a p a t d i l i h a t d e n g a n j e l a s d a r i t e p i j a l a n .	9) Saya merasa n y a m a n s a a t m e m b e l i p r o d u k k e r u p u k u d . m a k m u r	Ordinal	
Kepuasank	Berkomun i k a s i	10) Karyawan industri k e r u p u k u d .	Ordinal	Sunarto(200



konsumen	dengan pelanggan	makmur mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumen	6:2)
	Menangani pesanan	11) Karyawan industri kerupuk ud. makmur mampu menangani semua pesanan konsumen	Ordinal

11).8 Teknis Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2012:428) menyatakan bahwa “teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.”

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Penelitian ini bersifat komparatif, oleh karena itu kuesioner yang disebar dalam penelitian ini meliputi kuesioner dengan item pertanyaan yang sama dan



disebarkan untuk menjangkau pendapat responden yang mengkonsumsi produk dari ud. makmur. pengisian kuesioner akan diisi menggunakan persepsi dari konsumen.

Yang dimaksudkan persepsi dalam penelitian ini “Menurut Atkinson, *et al.* (2003) persepsi adalah proses saat kita mengorganisasikan dan menafsirkan pola stimulus dalam lingkungan” (Sudaryono, 2016:301).

Yang dimaksudkan harapan menurut (Sunarto, 2006:43) “Harapan pelanggan diartikan sebagai nilai yang diharapkan atau diperkirakan pelanggan dan tingkat kepuasan terhadap suatu pelayanan”.

Yang dimaksudkan kepentingan adalah sama artinya dengan kebutuhan, jadi dapat dijelaskan “Kebutuhan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya” (Mangkunegara, 2009:5).

Setelah kuesioner terjawab maka selanjutnya dilakukan pengujian instrumen penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas.

11).8.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan penerapan konsep *lean six sigma*, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden.



11).8.1.1 Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Arikunto (2003:135) “bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat”.

Menurut Sugiyono (2008:134)“syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

11).8.1.2 Pengujian Realibilitas

“Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda” (Sugiyono, 2008:137). Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa.



Menurut (Nugroho, 2011:32) uji realibilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2

Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Cornbach's Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 - 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 - 0,80	Reliabel
5.	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

3

4

5

6

7

8

9

10



10.7

Sumber: Nugroho (2011:33)

10.7.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

10.7.2.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

10.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas kebanyakan data cross section mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Cara menganalisis asumsi Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

- 1) Jika penyebaran data pada scatter plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas.



2) Jika penyebaran data pada scatter plot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas.

2).7.23 Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

2).73 Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data berskala interval, untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y), digunakan teknik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut :

$$1. Y = a + K_1X_1 + H_2X_2 + L_3X_3 + e$$

Dimana :

K_1 = Kualitas pelayanan



H₂= Harga

L₃= Lokasi

Y= Kepuasan konsumen

a= konstanta dari persamaan regresi

KP₁= koefisien regresi dari variabel X₁

H₂= koefisien regresi dari variabel X₂

L₃= koefisien regresi dari variabel X₃

e= variabel pengganggu/error

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows.

1..74 Pengujian Hipotesis

1..74.1 Uji statistik

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H₀) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol .



Kriteria pengujian :

Jika tingkat signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika tingkat signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Keterangan: F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan $dk_1 = 3$ (variabel bebas) dengan $dk_2 = n-k-1$ ($100-3-1$) = 96.

Berdasarkan $dk_1 = 3$ dan $dk_2 = 96$ diperoleh $F_{tabel} = 2,70$ (Sugiyono, 2004).

1.75 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen (Kuncoro, 2001).