

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan dan sifat masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat Positivisme, bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:23).

Menurut filsafat positivisme merupakan sikap memandang realitas/gejala/fenomena yang dapat di klasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah harus menggunakan teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut kemudian diuji melalui pengumpulan data di lapangan menggunakan instrumen penelitian. Data yang didapat selanjutnya di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat dibuktikan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil.

3.2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah variabel independen yang berupa harga dan kualitas pelayanan, serta variabel dependen berupa kepuasan pelanggan. Tempat pada penelitian ini adalah Yamaha Duta Motor Lumajang dengan pertimbangan pemilihan tempat sebagai berikut :

1. Lokasi yang masih berada di lingkup Kabupaten Lumajang memudahkan dalam melakukan penelitian di Yamaha Duta Motor Lumajang.
2. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian di Yamaha Duta Motor Lumajang.
3. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk di lakukan penelitian di Yamaha Duta Motor Lumajang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data asli yang di kumpulkan sendiri secara langsung dari sumbernya untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Oei, 2010:38).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan, dan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan Bengkel Yamaha Duta Motor Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut (Oei, 2010:33) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan pihak lain dan bukan periset sendiri untuk tujuan lain. Periset memiliki arti tangan kedua yang bertugas mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang dilakukan peneliti, karena data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada tahun tertentu.

3.3.2. Sumber Data

Definisi data adalah sesuatu yang harus diolah terlebih dahulu sehingga menghasilkan sebuah informasi yang bermakna dan informasi tersebut merupakan hasil akhir dari proses riset yang dilakukan (Oei, 2010:32).

a. Data Internal

Data internal merupakan data intern atau data yang berasal dari dalam perusahaan yang bersangkutan (Oei, 2010:34).

Data internal dalam penelitian ini berupa profil perusahaan dan harga/ biaya. Data ini di dapatkan dari Yamaha Duta Motor Lumajang.

b. Data Eksternal

Data Eksternal merupakan data yang berasal dari luar perusahaan(Oei, 2010:35). Data eksternal dalam penelitian ini berupa data yang deperoleh dari pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Duta Motor Lumajang.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:136).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang telah memakai jasa Bengkel Resmi Yamaha Duta Motor Lumajang.

Tabel 3.1. Jumlah Pelanggan Pada Yamaha Duta Motor Lumajang.

Bulan/tahun	Jumlah Pelanggan
November/ 2018	234 Pelanggan
Desember/ 2018	286 Pelanggan
Januari/ 2019	208 Pelanggan
Jumlah	728 Pelanggan
Rata-rata	243 Pelanggan

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:137).

Sampel pada penelitian ini adalah para pelanggan yang menggunakan jasa *service* sepeda motor di Yamaha Duta Motor Lumajang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Probability Sampling* dan teknik yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*.

Proability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk di pilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017:140).

Menurut Roscoe (dalam Sugiyono, 2017:156) ada beberapa saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti ini, yaitu :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel di bagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila pada penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda), 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 sampelnya masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan pendapat diatas, sampel pada penelitian ini diambil dari jumlah variabelnya. Variabel pada penelitian ini terdiri dari 1 (satu) variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dan 2 (dua) variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan, jadi jumlahnya ada 3 (tiga) variabel. Sampel yang diambil sebanyak 3 (tiga) variabel x 15 responden = 45 sampel.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Identifikasi Variabel

Variabel Penelitian adalah segala sesuatu yan berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal

tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:66). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut juga dengan variabel bebas yang memiliki arti variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen /terikat (Sugiyono, 2017:68). Pada penelitian ini variabel independennya adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsukuen dan juga variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas/independen (Sugiyono, 2017:68). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

a. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang bisa ditukarkan dengan suatu produk atau jasa yang nilainya di tetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual dengan satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Kotler & Armstrong dalam Wibowo & Priansa, 2017:116).

Dari definisi tersebut maka indikator pada harga, yaitu :

- 1) Harga terdaftar
- 2) Potongan Harga

(Kotler & Keller, 2008:24)

Untuk mendapatkan pendapat responden (pelanggan) yang berkaitan dengan harga, maka dibuat dan disebar kuisioner dengan skala *likert* sebagai berikut :

- 1) Harga jasa sesuai dengan harga yang terdaftar
- 2) Harga jasa sesuai dengan kualitas pelayanan
- 3) Harga di potong bilamana sering menggunakan jasa
- 4) Harga jasa mampu bersaing dengan bengkel lain

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan cara mengendalikan tingkat keunggulan tersebut dengan baik (Lovelock dalam Ellitan & Anatan, 2007:182).

Menurut Parasuraman (dalam Ellitan & Anatan, 2007:184) ada 5 (lima) indikator pada kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Berwujud (*tangibles*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Daya Tanggap (*responsiveness*)
- 4) Jaminan (*assurance*)
- 5) Empati (*emphaty*)

Untuk mendapatkan pendapat responden (pelanggan) yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, maka di buat dan di sebar kuisioner dengan skala *likert* sebagai berikut :

- 1) Karyawan memberi tahu pelanggan pelayanan di laksanakan sesuai dengan nomor urut antrian.
- 2) Karyawan bersedia untuk membantu memberi saran kepada pelanggan.
- 3) Karyawan tidak memandang status sosial dalam menangani pelanggan.
- 4) Karyawan mengutamakan kebutuhan dan keinginan terbaik bagi pelanggan.
- 5) Karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP (*Standart Operasional Prosedur*).

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja/hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja/hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas (Kotler, 2007:177)

Menurut Suzy Widyasari, Euis Soliha, Sophiyanto Wuryan, and Lenny Dwi Damayanti (2017b) ada 3 (tiga) indikator pada kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1) *Overall satisfaction* yaitu kepuasan keseluruhan pelanggan setelah mengkonsumsi produk.
- 2) *Expectation satisfaction* harapan yang ingin diperoleh pelanggan setelah mengkonsumsi produk.
- 3) *Experience satisfaction* yaitu tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan selama mengkonsumsi produk.

Untuk mendapatkan pendapat responden (pelanggan) yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, maka dibuat dan disebar kuisioner dengan skala *likert* sebagai berikut :

- 1) Saya merasa puas *service* motor di Bengkel Yamaha Duta Motor Lumajang.
- 2) Hasil *service* sesuai dengan harapan saya.
- 3) Saya merasakan tingkat kepuasan yang tinggi dengan *service* motor di Bengkel Yamaha Duta Motor Lumajang.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan beberapa metode/teknik pengumpulan data, yaitu :

3.6.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila di bandingkan dengan teknik yang lain dan tidak terbatas pada orang tetapi juga pada obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2017:229)

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati secara langsung responden yaitu pengguna jasa Bengkel Resmi Yamaha Duta Motor Lumajang.

3.6.2 Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisioner merupakan teknik yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan juga cocok apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar luas di berbagai wilayah (Sugiyono, 2017:225).

Pengukuran data untuk variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, di lakukan dengan pemberian skor pada setiap pertanyaan dari kuisioner. Pemberian skor ini berdasarkan skala *likert*.

Menurut (Sugiyono, 2017:158) skala *likert* di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Adapun bentuk skala *likert* adalah sebagai berikut :

- | | |
|--|---|
| a. Setuju/selalu/sangat/positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/postif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak Setuju/hamper tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor | 1 |

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2017:232) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam analisis data ada kegiatan mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang di ajukan.

3.7.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjangkau data responden.

a. Pengujian Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur, apabila alat ukur tersebut kurang valid maka validitas yang di miliknya rendah (Arikunto dalam Riduwan, 2018:109).

Untuk menguji validitas data yang di gunakan dalam penelitian ini, dilakukan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan korelasi product moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara antara butir dengan jumlah skor

x = Skor butir

y = Jumlah skor

n = Banyaknya sampel

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:54)

Nilai patokan untuk uji validitas adalah koefisien korelasi yang mendapat nilai lebih besar dari 0,30 (Sekaran tahun 2000 dalam Augustine & Kristaung, 2013:70)

b. Pengujian Realibilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat di percaya untuk di gunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada

tingkat keterandalan. Reliabel berarti dapat di percaya jadi dapat di andalkan (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:54).

Menurut (Nugroho, 2011:33) uji reliabilitas dapat di lakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas di bedakan dalam table sebagai berikut :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 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

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

Maka Suatu instrumen di nyatakan reliabel bila kefisien reliabilitas di atas 0,6 (Sugiyono, 2015:197).

3.7.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi suatu masalah (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:134). Mendeteksi data apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat di ketahui melalui penyebaran data pada

sebuah grafik yang di gambarkan. Apabila data menyebar di sekitar arah grafis diagonal, maka model regresi memnuhi asumsi normalitas.

Menurut (Atmaja, 2009:184) menyatakan bahwa asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
2. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y . Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut '*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai residual atau $(Y-Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
3. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorelation*" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
4. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:134). Mendeteksi data apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat di ketahui melalui penyebaran data pada sebuah grafik yang di gambarkan. Apabila data menyebar di sekitar arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:135) uji normalitas data dapat di uji dengan beberapa cara sebagai berikut :

- 1) Menggunakan rasio *skewness* dan rasio kurtonis dapat di jadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melakukan pembagian dengan standar *error* skewness, begitu juga untuk kurtosis. Dengan cara ini, batasan data di katakan berdistribusi normal jika nilai rasio kurtonis dan skewness berada di antara -2 hingga +2, di luar nilai tersebut maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov* atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang di gunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S, data di katakan normal apabila nilai Sign $> 0,05$.

b. Pengujian Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dima terjadi kolerasi atau hubungan yang kuat antara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus bebas dari gejala multikolinieritas

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:141). Untuk mendeteksi apakah model tersebut mengalami gejala multikolinieritas, maka kita harus melihat pada (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:141) :

- 1) Ketidak konsistenan antara koefisien regresi yang di peroleh dengan teori yang digunakan.
- 2) Nilai *R-Square* semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan $> 0,05$.
- 3) Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi pada saat di lakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.
- 4) *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang di hasilkan mengalami gejala multikolinieritas, terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas juga bisa di deteksi dari nilai tolerance, apabila nilai tolerance dapat di lihat pada nilai VIF (Variance Inflation Factor). Model regresi yang baik menghasilkan nilai VIF < 10 dan bila menghasilkan nilai VIF > 10 berarti telah yang di hasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjahui 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:142).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan lain, sehingga variansi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan lainnya sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:138).

Menurut (Ghozali, 2016:134) untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat di lihat dari grafik scatter plot antara SRESID dengan ZPRED dan sumbu Y merupakan Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residualnya. Dasar analisis dalam penelitian ini adalah :

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada polayang jelas, beserta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:157) analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y).

Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta

X_1 = Variabel Independen 1 (Harga)

X_2 = Variabel Independen 2 (Kualitas Pelayanan)

b_1 & b_2 = Nilai koefisien regresi variabel independen

e = *error*

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:157)

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan dan membuat perkiraan nilai antara variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan atas variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:158).

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar mempengaruhi terhadap variabel terikat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:168). Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan secara parsial yang di uji dengan signifikan.

Menurut (Sunyoto, 2015:101) ada beberapa langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat hubungan harga dan kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha Duta Motor Lumajang.

H_a : Terdapat hubungan harga dan kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha Duta Motor Lumajang.

2) Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentekun kreteria pengujian:

Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolat dan H_a diterima

4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus:

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

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Pada konsep regresi linier adalah pengujian mengenai apakah model regresi yang didapatkan benar dapat diterima. Uji F ini bertujuan untuk menguji apakah antara variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan) benar terdapat hubungan linier (*liniar relation*) (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:167).

1) Merumuskan hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat hubungan harga dan kualitas pelayanan secara simultansignifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha Duta Motor Lumajang.

Ha : Terdapat hubungan harga dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha Duta Motor Lumajang.

2) Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka, H_0 di terima dan H_a di tolak

4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil F_{tabel} dengan F_{hitung} .

(Sunyoto, 2015:103)

3.7.5 Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi dengan simbol r^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang akan di hitung berdasarkan pada model statistik. Koefisien determinan (r^2) bisa juga di katakan sebagai rasio variabilitas nilai-nilai yang di buat model dengan variabilitas nilai data asli. Secara umum, r^2 di gunakan untuk informasi yang berkaitan dengan kecocokan suatu model dan dalam regresi, r^2 ini di jadikan sebagai pengukur seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang di buat model. Jika r^2 memiliki nilai sama dengan 1 maka garis regresi cocok dengan data secara sempurna (Augustine & Kristaung, 2013:134).

Menurut Nawari (2010:52-53) untuk perhitungan menentukan koefisien determinasi (r^2) dengan menggunakan R-Square dalam regresi linier berganda di hitung dengan rumus :

$$r^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Pada regresi linier sederhana, koefisien ini menyatakan kekuatan pengaruh variabel penduga secara bersama-sama terhadap variabel bergantung. Namun demikian, jumlah variabel penduga yang semakin banyak hingga x_2 akan mempengaruhi nilai error seiring dengan bertambahnya nilai derajat bebas regresi. Oleh karena itu, r^2 ini perlu di sesuaikan dengan (Adjusted R Square) yang di rumuskan dengan persamaan :

$$r^2 = r^2 - \frac{k-1}{n-k}(1-r^2)$$

Di mana r^2 adalah determinasi sebelum ditentukan, k adalah banyak variabel, dan n adalah jumlah data yang digunakan.

Menurut Ghazali dalam (Mulyono 2018:112) ketentuan uji koefisien determinasi (r^2) yaitu pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi (r^2) adalah antara nol dan satu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi (r^2) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (r^2) dalam penelitian ini akan di gunakan untuk mencari berapa besarnya hubungan atau pengaruh variabel independen yaitu harga dan

kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan Bengkel Resmi Yamaha Duta Motor Lumajang.

