

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafah *positivime*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan filsafah positivisme memandang realitas, gejala atau fenomena itu dapat diklasifikasikan, relative tetap atau kongkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2008:8)

Sugiyono (2008:36) menyatakan bahwa penelitian assosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara variabel atau lebih hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (Variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)".

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri Variabel *Product* (Produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (saluran distribusi), *people* (partisipan), *process* (proses) dan *physical evidence* (Lingkungan Fisik). Terhadap variabel dependen yaitu kepuasan (Y),

maka dalam penelitian ini digunakan teknis analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan yang diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu *product* (produk) (X1), *Price* (harga) (X2), *Promotion* (Promosi) (X3), *Place* (Saluran Distribusi) (X4), *People* (Partisipan) (X5), *Process* (Proses) (X6) dan *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik) (X7) terhadap regresi dependen (Y) yaitu kepuasan wajib pajak.

3.2 Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini tempat atau Lokasi yang dipilih adalah Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang, adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari penelitian memilih lokasi di Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang adalah :

- a. Lokasi penelitian yang berada di Kabupaten Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian
- b. Dukungan dari Kepala Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang yang kooperatif sehingga sangat membantu peneliti akan melaksanakan penelitian
- c. Kemudahan mendapatkan data untuk penelitian
- d. Perkembangan Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang yang pesat

Objek penelitian ini adalah variabel independen yang berupa *product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (Promosi), *Place*

(Saluran Distribusi), *People* (Partisipan), *Process* (Proses) dan *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik).

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder

3.3.1.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner (Husein Umar, 2005:130)”.Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisioner oleh responden yaitu konsumen dan hasil wawancara dengan kepala dan pegawai Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.

3.3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul dan primer atau oleh pihak lain (Husein Umar, 2005:130)”.Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder digunakan dalam penelitian ini berupa data promosi yaitu pemasangan bener pada tiap-tiap kantor Desa/Kelurahan dengan inti” bayarlah pajak dengan tertib dan penuh kesadaran masyarakat”. Jadi data tersebut bisa

di teliti pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang dan setiap pemasangan Bener di setiap desa/Kelurahan masing-masing

3.3.2 Sumber data

Menurut Istijanto (2009:35) “ data adalah informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang 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*)”.

3.3.2.1 Data internal

Data internal merupakan data yang didapat dari dalam Kantor/Badan dimana riset dilakukan (Husein Umar, 2005:130)”. Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari badan Pajak dan retribusi Daerah Lumajang yaitu surat izin, macam-macam pajak dan profil Kantor/Badan.

3.3.2.2 Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang didapat dari luar perusahaan atau didapat dari pesaing (Husein Umar, 2005:130)”. Data eksternal yang digunakan dalam peneliti ini adalah tentang kondisi pajak bumi dan bangunan pada masyarakat tertip dalam pembayaran pajak pada petugas pungut pajak.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2015:148). Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen dari Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang jalan Cokrosujono No 6 Kelurahan Jogoyudan Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:149) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Insidental Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2015:151-152) menyatakan bahwa “*Insidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. *Simple Random Sampling* menurut Sugiyono (2015:152) yang menyatakan bahwa, “Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

3.4.2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:122), "Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi".

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam sugiyono (2015:164), sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian 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 berganda misalnya), maka anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 8 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 8 = 80$
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 7

(tujuh) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal adalah 10 untuk setiap variabel. Kuesioner yang disebar kepada responden sebanyak 80 sampel.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

351 Variabel Penelitian

Menurut Madrajat Kuncoro (2013:49), Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau menilai. Nilai dapat berbeda pada waktu yang berbeda untuk obyek atau orang yang sama, atau nilai dapat berbeda pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang sama penelitian ini terdiri dari 7 (tujuh) variabel yaitu variabel independen atau bebas dan satu variabel dependen atau bersifat secara konseptual, variabel dapat dibagi menjadi tujuh bagian utama (Kuncoro, 2001 Sekaran, 2000 Bab 5).

351.1 Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun yang negatif bagi variabel dependen nantinya. Variasi dalam variabel dependen merupakan hasil dari variabel independen mudrajad Kuncoro (2013,50)". Variabel yang dilambangkan dengan X ini akan memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi Variabel independennya adalah :

1. *Product* (Produk)

2. *Price* (Harga)
3. *Promotion* (Promosi)
4. *Place* (Saluran Ditribusi)
5. *People* (Partisipasi)
6. *Process* (Proses)
7. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

35.12 Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan atau peneliti. Peneliti akan dapat memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian Madrajad Kuncoro (2013:50)”. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai dependen yang digunakan dalam sebuah model Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijalankan oleh seorang peneliti. Dalam peneliti ini yang menjadi dalam variabel dependen adalah kepuasan wajib pajak (Y).

35.2 Definisi Operasional

Dalam peneliti ini, variabel yang digunakan dapat diklasifikasikan menjadi variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). unsur pertama adalah produk yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan (Kotler and Keller, 2006:344) (Yevis Marty Oesman)

Variabel independen (bebas)

1. *Product* (X1)

Menurut Kotler (2000:394) dalam Abdul Manap (2016:255) Produksi adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen Produk adalah terdiri atas barang, jasa, pengalaman, even, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, Informasi dan ide.

2. *Promotion* (X2)

Menurut William (1993:424) dalam Abdul Manap (2016:157) Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audien. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan audiens.

Menurut Alma (2005) dalam David Wijaya (2012:157) mengatakan bahwa indikator variabel *Promotion* adalah sebagai berikut :

- a. Promosi bertujuan untuk menginformasikan
- b. Promosi bertujuan untuk membujuk
- c. Promosi bertujuan untuk mengingatkan

3. *Price* (X3)

Menurut Faisal (2008:4) dalam Muhammad Adam (2015:90) menyatakan bahwa tarif jasa Pajak yaitu sejumlah uang yang harus dibayar oleh para peminta jasa Pajak atau kata lain tarif atas tawaran yang dibeli oleh pasar sasaran. Kotler dan Armstrong (2008:266) mendefinisikan *Price* adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk

sebuah Produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang diberikan konsumen untuk semua manfaat yang diterimanya atau digunakan dari suatu produk atau jasa. *Kotler and Keller* (2006:405-417) indikator *Price* sebagai berikut :

a. Penetapan harga dapat berupa keinginan untuk tetap service dalam bisnis, memaksimalkan profit, memaksimalkan *marketshare*, memaksimalkan *market skimming*, ingin menjadi pemimpin sebagai produk yang berkualitas dipasar, atau untuk tujuan lain.

b. Menentukan permintaan

c. Mengestimasi biaya

4.

Place (X4)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2014:96) “Lokasi (berhubungan dengan system penyampaian) dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas aluran distribusi. Ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Menurut David Wijaya (2012:137) indikator dalam variabel

Place adalah sebagai berikut:

a. Lokasi

b. Persediaan

c. Transportasi

5. *People* (X5)

Menurut Fandy Tjipto (2011) dalam Lili Adi dan Donni Juni (2017:146) "orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran jasa. Setiap orang merupakan *Part-Timemarketer* yaitu tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada *output* yang diterima pelanggan. Oleh sebab itu setiap organisasi jasa (terutama yang tingkat kontraknya dengan pelanggan tinggi) harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan.

Indikator *People* menurut David Wijaya (2012:182) terdiri dari :

- a. kemampuan karyawan
- b. penampilan karyawan
- c. keramahan karyawan dalam melayani pelanggannya

Berdasarkan indikator *People* tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert sebagai berikut:

- a. Karyawan Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang tanggung terhadap permintaan pelanggan
- b. karyawan Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang sopan dan ramah
- c. para karyawan Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang berpenampilan rapi dan sopan

6. *Process* (proses) (X6)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2008) dalam Lili Adi dan Doni Juni (2017:146) “Proses adalah bagaimana nilai jasa tersebut disampaikan kepada pelanggannya. Pelanggan dapat menilai jasa yang diberikan dalam proses ini. Bila proses penyampaian jasa dilaksanakan secara cepat, rapi, dan tidak terdapat kesalahan, pelanggan akan merasa puas dan mempunyai penilaian yang baik terhadap perusahaan.

7. *Physical Evidence (X7)*

Menurut Zethami dan Bitner (2008) dalam Lili Adi dan Doni Juni (2017:145)” merupakan suatu hal yang secara nyata turut memiliki kepuasan untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

8. Kepuasan (Y)

- a. Dalam seminggu puas pelayanan pada konsumen
- b. Dalam seminggu puas dalam Pelayanan pembayaran Pajak
- c. Konsumen lebih puas pelayanan yang ramah

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
Produk (X1)	1.1 barang jasa	1. barang jasa memiliki kualitas baik	Ordinal	Kotler (2000:394) dalam Abdul Manap
	1.2 pengalaman			
	1.3 even			
	1.4 orang	2. pengalaman pembayaran pajak lebih baik		
	1.5 tempat			
	1.6 kepemilikan			
	1.7 organisasi	3. kualitas produk baik		
	1.8 ide			

		<ol style="list-style-type: none"> 4. orang di sekitar Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang Ramah 5. Jarak lokasi pembayaran Pajak sangat strategis 6. Memiliki pajak setahun sekali 7. Organisasi masyarakat sangat mengerti apa arti pajak 8. Mudah dimengerti ide atau ide masyarakat untuk pajak 		
Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 2.1 penetapan harga dapat berupa keinginan untuk tetap <i>service</i> dalam bisnis, memaksimumkan <i>market skimming</i>, ingin menjadi pemimpin sebagai produk yang berkualitas di pasar atau untuk tujuan lain 2.2 menentukan permintaan 2.3 mengestimasi biaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. harga/arif pajak tidak terlalu mahal 2. mudah untuk melayani permintaan harga/tarif di Badan Pajak Dan Retribusi Daerah Lumajang 3. pembayaran pajak cepat 	Ordinal	Faisal (2008:4)
Promosi (X3)	3.1 Promosi bertujuan untuk	1. cara penginformasian	Ordinal	Alma (2005) dalam David

	menginformasikan	secara baik dan benar		Wijaya (2012:157)
	3.2 Promosi bertujuan untuk membujuk	2.promosi membujuk dengan baik pada masyarakat		
	3.3 Promosi bertujuan untuk mengingatkan	3.mengingatkan dengan baik bayarlah pajak dengan tepat waktu		
Sakuran	4.1 Lokasi	1. Lokasi Badan Pajak dan	Ordinal	Rambat
Distribusi	4.2 Persediaan	Retribusi Daerah		Lupiyoadi
(X4)	4.3 Transportasi	Lumajang sangat muda dicari		(2014:96)
		2. lengkap perseiaan pelayanan di Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang		
		3. area parkir di Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang baik dan bagus untuk sepeda motor maupun mobil		
Partisipan	5.1 kemampuan karyawan	1.karyawan mampu melyani	Ordinal	David Wijaya
(X5)	5.2 penampilan karyawan	dengan baik		(2012:182)
	5.3 keramahan karyawan dalam melayani	2.cara berpakaian rapi dan bersih		
		3. ramah, dan murah senyum		

	pelanggannya	pada pelanggan atau masyarakat		
Proses (X6)	6.1 penyampaian jasa dilaksanakan secara cepat 6.2 rapi dan tidak dapat kesalahan 6.3 penilaian yang baik	1. Cepat penanganan pajak 2. Penyerahan berkas atau pajak rapi dan baik 3. Etika dalam melayani baik, ramah dan sopan	Ordinal	<i>Zheitaml dan Bitner (2008)</i> dalam Lili Adi dan Doni Juni (2017:146)
Lingkungan Fisik (X7)	7.1 Secara nyata 7.2 Produk Jasa	1. Fakta pajak itu penting bagi semua orang 2. Produk jasa yang di tawarkan sangat baik bagi masyarakat	Ordinal	Zethami dan Bitner (2008) dalam Lili Adi dan Doni Juni (2017:145)
Kepuasan (Y)	8.1 dalam seminggu puas pelayanan pada konsumen 8.2 pelayanan 8.3 Konsumen lebih puas pelayanan ramah	1. Pelyanan baik 2. Cepat,ramah dan sopan 3. Pelayanan lebih nyaman bagi masyarakat	Ordinal	Lili Adi dan Donni Juni (2017:146)

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2009:217), analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi atau mengidentifikasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata

variabel dependent berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 \quad (1)$$

3.62 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan metode pengujian dalam statistik yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Kegunaan dari uji F ini adalah untuk menguji apakah variabel Product (X_1), promotion (X_2), Price (X_3), Place (X_4), People (X_5), Process (X_6) dan Physical evidence (X_7) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi (Y) di Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.

3.63 Uji Signifikan (Uji T)

Uji t merupakan metode pengujian dalam statistik yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel bebas secara persial terhadap variabel terkait. Kegunaan uji t ini adalah untuk menguji apakah variabel *product* (X_1), *promotion* (X_2), *price* (X_3), *Place* (X_4), *people* (X_5), *process* (X_6) dan *physical evidnce* (X_7) secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wajib pajak orang pribadi (Y) di badan pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

Langkah-Langkah melakukan Uji t adalah sebagai berikut :

koefisien determinasi berganda adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terkait, rumus koefisien determinasi berganda adalah sebagai berikut :

Nilai R^2 bervariasi dari 0 sampai 1, yang artinya jika $R^2 = 1$ maka variabel bebas member pengaruh terhadap variabel terikat. Namun jika $R^2 = 0$ maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Semakin R^2 semakin tinggi akan mendekati 1. maka model yang digunakan semakin baik

3.7 Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini (Sugiyono, 2008:35)".

Analisis dan pengolahan data yang akan dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensia. Untuk menguji hipotesis penelitian secara statistic digunakan analisis regresi linier berganda karena penelitian ini bertujuan mengungkapkan hubungan kausalitas antara variable *independent* dan variable *dependent*. Untuk analisis regresi dan pengujian hipotesis, akan dilakukan dengan bantuan software SPSS 11 for Windows yang bertujuan mempermudah dan memperoleh akurasi hitungan yang tepat.

3.7.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan realibitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangar data responden, dimana asumsi dasar yang harus

dipengaruhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan realibel untuk bisa dilakukan untuk bisa dilakukan hipotesis tahap berikutnya.

3.7.1.1 Pengujian Validitas

uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan seperti yang dikatakan oleh Mudrajad Kuncoro (2013:172), “bahwa suatu pengukuran disebut valid apabila melakukan apa yang seluruhnya dilakukan dan mengukur apa yang sebenarnya diukur”.

Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi *Product moment* (Husein Umar, 2003:84) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{n(\sum x)^2 - (\sum x)^2 (n\sum y - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi atau responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

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 tidak valid”.

3.7.1.2 Pengujian Reliabilitas

“Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala

pengukuran). Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (Mudrajad Kuncoro, 2013:175)”. Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang mana pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil serupa.

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33)”. “uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronback*” Indeks kriteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut :

Tabel 3.2

Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval <i>Alpha Cronback</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliable
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

3.7.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi – asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi- asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasilnya analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

1. Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan yang linier (garis lurus).

2. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variabel dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama nilai Y' . yang artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk semua 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 berkolerasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorrelation*" atau "*otokorelasi*". Otokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*)
4. Variabel dependen tidak boleh berkolerasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkolerasi tinggi (positif maupun negatif) disebut "*multicollinearity*".

Karena jenis data dalam penelitian ini bukan data *time series*, maka asumsi dasar regresi linier berganda yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah data harus berdistribusi normal, bebas *multikolinieritas* dan *heterokedastisitas*.

3.7.2.1 Pengujian Normalitas Data

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:94), penggunaan model analisis pengaruh terkait dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar

diperoleh hasil yang tidak biasa. Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut :

1. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai *mean*, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah.
2. Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus *skewness*.

Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu nilai *skewness* sebagai ukuran kemenangan sekarang. Jika *skewness* bernilai positif berarti sebaran data meneeng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negative berarti saluran data meneeng kekanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{6 / N}$$

Selanjutnya nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya jika nilai Z dihitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat normal *probability plot output SPSS*, jika nilai – nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi (Singgah Santoso, 2012:361).

3.7.2.2 Pengujian Multikolinieritas

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:98), *multikolinieritas* menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel. *Multikolinieritas* yang berarti antara variabel bebas yang lain saling berkorelasi linier. berarti variabel independen dalam suatu persamaan mempunyai hubungan yang kuat. Biasanya korelasinya mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).

Ada beberapa cara untuk mengetahui adanya *multikolinieritas* yaitu :

1. Menganalisis koefisien korelasi antara variabel bebas. jika diantara kedua variabel bebas memiliki koefisien korelasi spesifik seperti koefisien korelasi yang tinggi antara variabel bebas yang berbeda dengan tanda koefisien regresinya, maka dalam model regresi yang bersangkutan terdapat *multikolinieritas*.
2. Membuat persamaan regresinya antara variabel bebas. jika persamaan regresi tersebut koefisien regresinya signifikan, maka model regresi tersebut mengandung *multikolinieritas*.
3. Menganalisis nilai r^2 , F ratio tinggi sedangkan t_0 sangat rendah yang berarti sebagian besar bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan, maka ada kemungkinan dalam model regresi yang bersangkutan terdapat *multikolinieritas*.

Untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat atau tidak *multikolinieritas* adalah dengan melihat *out* SPSS pada tabel

Coefficients jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah angka 10 (VIF-10) berarti tidak terjadi *multikolinieritas* (Sugiyono 2009:139).

Menurut Ghozali (2001:92) *multikolinieritas* deteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance* dan *inflation factor* (VIF) *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena VIF-1/*tolerance*) yang rendah sama dengan nilai yang tinggi nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

3.7.2.3 Penguji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terdapat *heterokedastisitas* Menurut Mudrajat Kuncoro (2007:96) *Heterokedastisitas* muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians ke observasi lainnya. Gejala *Heterokedastisitas* lebu sering di jumpai dalam data silang tempat dari pada runtuh waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

Jika terdapat pada tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pada tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi *Heterokedastisitas*.

Jika pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *Heterokedatisitas*.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan Untuk menentukan ketetapan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terdapat variabel dependen (Y).

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e.$$

Dimana :

Y = Variabel dependen yaitu keputusan pembeian

X = Variabel independen

X1 = Product (*Produk*)

X2 = Harga (*Price*)

X3 = Promosi (*Promotion*)

X4 = Saluran Distribusi (*Place*)

X5 = Partisipan (*People*)

X6 = Proses (*Process*)

X7 = Lingkungan Fisik (*Physical Eviddence*)

Y = Kepuasan

- a. Konstanta
- b. Koefisien regresi variabel independen
- c. Error

(Mudrajad Kuncoro, 2007:77)

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yaitu harga dari promosi yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen.

“ untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (b) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta (Sutanto Priyo Hastono, 2006:6)”.

3.7.4 Pengujian Hipotesis

setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel dependen (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan

3.7.4.1 Uji t (Uji Parsial).

Menurut (Mudrajad Kuncoro, 2007:81), “Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan kualitas terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial yang di uji dengan cara Signifikasi”. Adapun langkah-langkah pengajuan hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis Pertama

Ho. Tidak dapat berpengaruh Signifikan dalam mempengaruhi

Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

Ha. Terdapat pengaruh produk yang signifikan terhadap Kepuasan harga/tarif Pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

Ho tidak dapat pengaruh harga/tarif yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

Ha terdapat pengaruh harga/tarif yang signifikan terhadap Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

c. Hipotesis Ketiga

Ho tidak terdapat pengaruh lokasi signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan retribusi

Daerah Lumajang

Ha terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

d. Hipotesis Keempat

Ho tidak terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan pajak

Dan Retribusi Daerah Lumajang

Ha terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap
Keputusan Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

e. Hipotesis Kelima

Ho tidak terdapat pengaruh Produk yang signifikan terhadap
Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

Ha terdapat pengaruh Produk yang signifikan terhadap
Keputusan Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

f. Hipotesis Keenam

Ho tidak terdapat pengaruh Harga yang signifikan terhadap
Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

Ha terdapat pengaruh Harga yang signifikan terhadap
Keputusan Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

g. Hipotesis Ketujuh

Ho tidak terdapat pengaruh proses yang signifikan terhadap
Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

Ha terdapat pengaruh proses yang signifikan terhadap

Keputusan Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

2. Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$
3. Menentukan Kriteria pengujian

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

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

tolak

4. Menentukan nilai t hitung dengan rumus :

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

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

t_{tabel}

h. Hipotesis Kedelapan

H_0 tidak terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap
Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

H_a terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap
Keputusan Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

3.7.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Mudrajad Kuncoro, 2007:82), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu produk, harga, lokasi

promsi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian yang di uji signifikan, dengan hipotesis kedelapan :

- Ho tidak terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap
Kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang
- Ha terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap
Keputusan Wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak
Dan Retribusi Daerah Lumajang

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a
ditolak

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

Menurut Singgih Santoso (2012:355). “untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase”.