

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, terhadap kepuasan pelanggan Kerandjang Laundry. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana variable independent berpengaruh terhadap variabel dependent. Menurut Sugiyono dalam Balaka (2022:2) berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengambilan sampel.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian di Kerandjang Laundry Jenis dalam penelitian ini data primer yang berupa sebuah persepsi dari responden atau pelanggan mengenai Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari objek penelitian, yaitu menyebarkan secara langsung kuesioner kepada responden Dan Teknik Pengambilan Sampel dengan menggunakan *Accidental Sampling* yaitu adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.2 Jadwal Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kerandjang Laundry Pada bulan Februari 2025 sampai dengan juli 2025, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	■	■	■	■																								
2	Bimbingan BAB I, II, III					■	■	■	■																				
3	Seminar Proposal Penelitian									■	■	■	■																
4	Observasi Awal									■	■	■	■																
5	Pengajuan Izin Penelitian													■	■	■	■												
6	Persiapan Instrumen Penelitian													■	■	■	■												
7	Pengumpulan Data																	■	■	■	■								
8	Pengolahan Data																					■	■	■	■				
9	Analisis dan Evaluasi																									■	■	■	■
10	Penulisan Laporan																												
11	Seminar Akhir Penelitian																												

Sumber: Penulis (2025)

3.3 Jenis dan Sumber data penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua bagian, yaitu :

1. Jenis Data

- Data Kuantitatif

Data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari perhitungan kuisioner yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

2. Sumber data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber:

- Primer

Data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari objek penelitian, yaitu menyebarkan secara langsung kuesioner kepada pelanggan Kerandjang Laundry.

b. Sekunder

Data yang berupa informasi yang dapat diperoleh dari internet dan buku serta hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini.

Dengan kombinasi data primer dan sekunder, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan mendalam mengenai pengaruh layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kerandjang Laundry.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang berkualitas dan berkarakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dilakukan pembelajaran dan kemudian diberi kesimpulan (Sugiyono 2018).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif di Kerandjang Laundry selama periode tertentu. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak pengelola, jumlah total pelanggan pada saat penelitian dilakukan adalah sebanyak 193 orang. Populasi ini mencakup seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa laundry dalam kurun waktu yang ditentukan.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, Menurut Sugiyono (2019:124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Karena jumlah populasi yang ada tergolong terbatas dan untuk menghindari pemborosan waktu, tenaga, dan biaya, maka peneliti menggunakan metode sampling untuk menentukan jumlah responden. Teknik penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus

Slovin, dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 5% atau 0,05. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{193}{1 + 193(0,05)^2}$$

$$n = \frac{193}{1 + 193(0,0025)} = \frac{193}{1 + 0,4825}$$

$$n = \frac{193}{1,4825} \approx 130,2$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 130 responden. Sampel tersebut diambil dengan menggunakan teknik Accidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan sesuai dengan kriteria sebagai pelanggan Kerandjang Laundry.

3.5 Definisi Operasional Variable

Definisi operasional variabel adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur (observable atau measurable).

Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	PERNYATAAN	UKURAN
Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai sebuah	1. Bukti Fisik 2. Keandalan 3. Ketepatan	Skala Likert

VARIABEL	DEFINISI	PERNYATAAN	UKURAN
	kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan pada dasarnya bersifat intangible (tak teraba) dan tidak berujung pada kepemilikan (Wira Sutedja, 2007:5).	4. Jaminan 5. Empati	
Harga (X2)	Menurut Suswanto Saptadi, N.T. (2024) Harga merupakan elemen fundamental dalam perekonomian yang memengaruhi keputusan konsumen dan produsen, serta menentukan keseimbangan pasar.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil Keputusan.	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan positif atau negatif yang dialami seseorang setelah mengevaluasi kinerja (hasil) produk dan membandingkannya dengan ekspektasinya Tjiptono dalam Husni & Novita (2022).	1. Kesesuaian harapan 2. Kualitas Layanan 3. Loyalitas 4. Kesiediaan untuk merekomendasikan produk 5. Lokasi	Skala Likert

Sumber: Penulis (2025)

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat dalam suatu penelitian. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X, variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas yaitu:

1. Kualitas layanan
2. Harga

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau variable (X).

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat umumnya dilambangkan dengan huruf Y. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini digunakan variabel kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah ukuran dari seberapa baik kebutuhan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi, karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Adapun indikator Menurut Hawkins dan Lonney dikutip Tjiptono dalam Kasinem, (2020) yaitu :

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- 2) Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasi, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga. Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber-sumber pertama baik individu maupun kelompok. Dalam penelitian ini data primer

diperoleh melalui Google form kepada responden yang menjadi Pelanggan Kerandjang laundry. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dari hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan, sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, dan referensi-referensi yang berkaitan. Agar memperoleh data informasi yang secara akurat diperlukan pembuktian dalam penelitian ini, dengan menggunakan data sebagai berikut :

1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*, yaitu skala dengan enam kategori respon yang berkisar antara “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan lima alternatif jawaban menggunakan skala likert dengan skoring.

- | | |
|--|-----|
| 1. Jawaban SS (sangat setuju)/diberi skor | = 5 |
| 2. Jawaban S (setuju)/diberi skor | = 4 |
| 3. Jawaban N (netral)/diberi skor | = 3 |
| 4. Jawaban TS (tidak setuju)/diberi skor | = 2 |
| 5. Jawaban STS (sangat tidak setuju)/diberi skor | = 1 |

2. Observasi

Pengamatan langsung terhadap suatu objek yang akan diamati atau diteliti yang diperoleh berupa data dan informasi dari tempat penelitian melalui Angket atau kuisisioner yang dibagikan kepada responden.

3.7 Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah

dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan instrument kuisisioner yang merupakan metode pengumpulan data dimana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Skala pengukuran variabel menggunakan Skala Likert, dengan rentang 1–5, seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.7.1 Tabel Skala Likert

SKALA PENGUKURAN	KETERANGAN
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2025.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel di bawah ini.

$$\begin{aligned} \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 = 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 3.7.2 Angka Penafsiran

INTERNAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2025.

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.7.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2) dengan satu variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel terikat (kepuasan pelanggan)
A	= Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
b1...b2	= Koefisien regresi (konstanta) X1, X2
X1	= Kualitas Layanan
X2	= Harga
E	= Standar erorr

3.7.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk mengukur variabel perlu dilakukan pengujian kualitas atas data yang terkumpul. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui instrument yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Karena kebenaran data yang diperoleh sangat penting dalam menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengukur pelayanan (X₁), harga (X₂), dan kepuasan pelanggan (Y).

Metode Uji Validitas:

- Korelasi Pearson Product Moment

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r hitung = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_1$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:164)

- Jika nilai r hitung > r tabel, maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap valid.
- Jika nilai r hitung < r tabel, maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap tidak valid dan perlu direvisi atau dihapus.

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika r hitung > 0,3.

2. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$.

Penting untuk diingat bahwa data yang reliabel belum tentu valid). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

Keterangan:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

r11 = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya variabel maka dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha yang tertera pada tabel *Reliability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, jika nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik yang dilakukan dalam analisis regresi linear untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan menghasilkan estimasi yang tidak bias, konsisten, dan efisien. Uji ini diperlukan agar hasil analisis regresi memenuhi asumsi yang diperlukan dalam metode *Ordinary Least Squares* (OLS) dan tidak mengalami penyimpangan yang dapat memengaruhi validitas hasil penelitian.

Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) maka

dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorv-Smirnov Test. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Yang bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. (Priyastama dalam Imron, 2019:22).

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai *tolerance* dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau VIF > 5 .

Penggunaan uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya satu atau lebih variabel bebas mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya. Ada rules of thumb bahwa suatu model mengandung masalah multikolinieritas apabila model tersebut memiliki R^2 tinggi (misalnya diatas 0,8), tetapi tingkat signifikan variabel-variabel penjelasannya berdasarkan uji t statistik sangat sedikit.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan studentized delete residual nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai variansi yang sama diantara anggota grup tersebut. Heteroskedastisitas keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk

mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dalam penelitian ini, penulis melihat pola titik pada scatterplots.

Dikatakan juga bahwa suatu model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas artinya varian variabel tersebut tidak konstan. Masalah heteroskedastisitas sering muncul dalam data cross section. Diagnosa adanya masalah heteroskedastisitas adalah dengan uji korelasi ranking Spearman. Penguji ini menggunakan distribusi “t” dengan membandingkan nilai thitung dengan tabel. Jika nilai thitung lebih besar dari tabel maka mengolah H_0 dan menerima H_a , artinya model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas. Salah satu menghilangkan heteroskedastisitas adalah mentransformasi nilai variabel menjadi bentuk logaritma.

3.7.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/Simultant (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau dapat digunakan rumus:

$$F' \text{ hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

Fhitung = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah sampel

Sumber: Ardian (2019:129)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a) $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa pelayanan, harga, secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kerandjang Laundry.
- b) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- c) Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa pelayanan, harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kerandjang Laundry.

2. Koefisien Determenasi (R^2)

Nilai R^2 menunjukkan besarnya variasi variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan semakin besar nilai R^2 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 berarti

semakin kecil variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen.

Maka informasi yang dapat diperoleh dari koefisien determinasi R^2 adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Sifat dari koefisien determinasi ini adalah: R^2 merupakan besarnya non negative Batasannya adalah $0 < R^2 < 1$ Apabila R^2 bernilai 0 berarti tidak ada hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel yang dijelaskan. Semakin besar nilai R^2 menggambarkan semakin tepat garis regresi dalam menggambarkan nilai-nilai observasi. Tingkat R^2 tinggi jika nilainya antara 0,4 sampai dengan 0,6 untuk penelitian di bidang sosial (Ardian, 2019:129).

3. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui apakah secara sendiri-sendiri (parsial) variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y atau tidak. Dikatakan berpengaruh jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

b. H_a : minimal satu $\beta_i \neq 0$ dimana $i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% dengan ketentuan sebagai berikut:

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa pelayanan, harga secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kerandjang Laundry.

b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa pelayanan, harga secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kerandjang Laundry.