BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang, Jl. RE. Martadinata No. 17, Karangbaru, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530 sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
	Minggu ke-						
Pengajuan Judul	■						
Persetujuan dan Dosen Pembimbing							
Pembagian Surat Permohonan Ijin Penelitian							
Penyusun Proposal (Bab 1, 2, 3, Dp + Kuesioner)	■	■	■				
Seminar Proposal			■				
Perbaikan Hasil Seminar Proposal			■	■			
Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5				■	■	■	
Penyerahan Woring in Progress 2 (WP-2)						■	
Sidang Skripsi & Ujian Komperensif							■
Sidang Skripsi & Ujian Komperensif (Ulang/Susulan)							■
Perbaikan Skripsi							■
Persetujuan dan Pengesahan Skripsi							■

1.2 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Tulanggow (2019 : 38) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.Sedangkan penelitian ini menggunakan tipe atau jenis penelitian asosiatif, dimanamenurut Siregar dalam Tulanggow (2019 : 38), tipe penelitian bertujuan untuk mencari hubungan diantara dua variabel.Dan pada penelitian

ini, sampel penelitian yang digunakan adalah Genuie Sampling, yang sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, analisis regresi linear berganda, hipotesis uji, hipotesis uji F, analisis koefisien determinasi.

1.3 Populasi Dan Sample

1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam Roflin (2021 : 5) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri ata objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karkteristik tertnetu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudiaditarik kesimpulannya. Sedangkan Ismiyanto dalam Roflin (2021 :5) Populasi adalah keseluruhan subjek atau totlitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberi informasi (data) penelitian.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah pegadaian yang mengajukan pinjaman dengan jaminan BPKB, Jumlah Pelanggan berdasarkan informasi dari pihak PT. Pegadaian (Persero) sebanyak 103 orang dari tahun 2020-2022. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin sebagai populasi penelitian.

2. Sampel

Menurut Roflin (2021 : 11) Sample merupakan bagian dari populasi. Kalimat ini memiliki dua makna, yaitu :

- a. Semua unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai unit sampel dan
- b. Sampel dipandang sebagai penduga populasinya atau sebagai populasi populasi dalam bentuk kecil (miniature populasi). Artinya besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

- N = Banyaknya sampel
 N = Populasi
 d² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

$$n = \frac{103}{103(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{103}{103(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{103}{2,12}$$

$$n = 52,830188679245 \text{ (Dibulatkan menjadi 53)}$$

Jadi sampel pada penelitian ini 53 responden diambil secara acak (*Incidental sampling*).

1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat ditentukan oleh metodologi penelitian, apakah kuantitatif atau kualitatif. Dalam penelitian kualitatif dikenal teknik pengumpulan data: observasi, focus group discussion (FGD), wawancara mendalam (indent interview), dan studi kasus (case study). Sedangkan dalam penelitian kuantitatif dikenal teknik pengumpulan data: angket (questionnaire), wawancara, dan dokumentasi. (Priadana 2021 : 189). Beberapa teknik pengumpulan data secara

umum adalah sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan) Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dibedakan menjadi observasi berpartisipansi (participant observastion), Observasi secara terangterangan dan tersamar (overt observastion and covert observastion), observasi yang tak berstruktur (unstructured observation), masing-masing tipe dan jenis observasi tersebut digunakan sesuai dengan karakteristik objek material sumber data.
2. Questioner (Kuesioner/Angket) Questioner disebut pula angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.

1.5 Definisi Operasional Variabel

Setyawan (2021 : 59) Mendefinisikan Variabel secara Operasional berarti menggambarkan atau mendeskripsikan variable penelitian sedemikian rupa, sehingga variable tersebut bersifat Spesifik (Tidak Beinterpretasi Ganda) dan Terukur (Observable atau Measurable).

Definisi Operasional Variabel adalah penjelasan tentang variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik dan indicator yang digunakan dalam sebuah penelitian sebagai dasar untuk mengumpulkan data. (Setyawan 2021 : 59). Menurut Terminologi Metodologik dalam Setyawan (2021 : 40) , dikenal beberapa macam variabel penelitian. Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan yang lain maka macam – macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel Bebas (Independent Variable). Variable ini sering disebut sebagai Variabel Stimulus, Predictor, Variabel Pengaruh, Variabel Perlakuan, Kausa, Treatment, Risiko, atau Variable Bebas. Dalam SEM (Structural Equation Modeling)

atau Pemodelan Persamaan Struktural, Variabel Independen disebut juga sebagai Variabel Eksogen. Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel Dependen (terikat). Dinamakan sebagai Variabel Bebas karena bebas dalam mempengaruhi variabel lain. (Setyawan 2021 : 40-41). Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas Kualitas pelayanan dan harga yang penulis defenisikan sebagai berikut:

1. Sosialisai (X_1)

Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana semuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Wurianti dalam maxuel 2021 : 24).

- a. Kemampuan mengidentifikasi merek
- b. Asosiasi merek,
- c. Preferensi merek
- d. Loyalitas merek.

2. Promosi (X_2)

Menurut Sunyoto (2019:17) menyatakan dalam manajemen pemasaran dikatakan bahwa promosi merupakan ujung tombak kegiatan bisnis suatu produk dalam rangka menjangkau pasar sasaran dan menjual produk tersebut. Hampir dapat dipastikan bahwa promosi dilakukan untuk produk baik berupa barang maupun jasa dan baik bermerk atau tidak bermerk.

- a. *Advertising* (periklanan),
- b. *Sales promotion* (promosi penjualan),
- c. *Personal selling* (penjualan perseorangan),
- d. *Public relations* (hubungan masyarakat),
- e. *Direct marketing* (penjualan langsung),

3. Media Sosial (X₃)

Media Sosial Marketing merupakan suatu teknik pemasaran dengan menggunakan sarana media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa secara lebih spesifik. Tampilan konten yang bagus mampu membuat pengunjung website produk atau jasa online untuk tertarik dengan produk dan jasa yang kita tampilkan, (Novila dalam Taan, 2021 : 319).

Indikator Media Sosial Marketing Gunelius dalam Taan (2021 : 319) terdapat 4 (empat) indikator social media marketing yaitu :

1. Pembuatan Konten (*Content Creation*)
2. Berbagi Konten (*Content Sharing*)
3. Menghubungkan (*Connecting*),
4. Pembangunan Komunitas (*Community Building*).

2.5.2 Variabel Terikat

Variabel Terikat merupakan Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Disebut Variabel Terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas/variabel independent. . (Setyawan 2021 : 41). Dalam penelitian ini digunakan Penjualan Produk

Penjualan produk adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri (Kotler dalam Swastha, dalam Satria 2021 : 164).

- a) Peningkatan jumlah penjualan,
- b) Peningkatan jumlah pelanggan,
- c) Peningkatan loyalitas pelanggan,
- d) Peningkatan pangsa pasar, dan

e) Peningkatan keuntungan

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Sosialisasi (X ₁)	Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana semuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Wurianti dalam maxuel 2021 : 24).	a. Kemampuan mengidentifikasi merek b. Asosiasi merek, c. Preferensi merek d. Loyalitas merek.	Skala Likert
Promosi (X ₂)	Menurut Sunyoto (2019:17) menyatakan dalam manajemen pemasaran dikatakan bahwa promosi merupakan ujung	a. <i>Advertising</i> (periklanan), b. <i>Sales promotion</i> (promosi penjualan), c. <i>Personal selling</i> (penjualan perseorangan),	Skala Likert

	<p>tombak kegiatan bisnis suatu produk dalam rangka menjangkau pasar sasaran dan menjual produk tersebut.</p> <p>Hampir dapat dipastikan bahwa promosi dilakukan untuk produk baik berupa barang maupun jasa dan baik bermerk atau tidak bermerk.</p>	<p>d. <i>Public relations</i> (hubungan masyarakat),</p> <p>e. <i>Direct marketing</i> (penjualan langsung),</p>	
Media Sosial (X ₃)	<p>Social Media Marketing merupakan suatu teknik pemasaran dengan menggunakan sarana media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa secara lebih spesifik.</p> <p>Tampilan konten yang bagus mampu membuat pengunjung website produk atau jasa online untuk tertarik dengan produk dan jasa yang kita tampilkan, (Novila dalam Taan, 2021 : 319).</p>	<p>a. Pembuatan Konten (<i>Content Creation</i>)</p> <p>b. Berbagi Konten (<i>Content Sharing</i>)</p> <p>c. Menghubungkan (<i>Connecting</i>),</p> <p>d. Pembangunan Komunitas (<i>Community Building</i>).</p>	Skala Likert

<p>Penjualan Produk (Y)</p>	<p>Penjualan produk adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri (Kotler dalam Swastha, dalam Satria 2021 : 164).</p>	<p>a. Peningkatan jumlah penjualan, b. Peningkatan jumlah pelanggan, c. Peningkatan loyalitas pelanggan, d. Peningkatan pangsa pasar, dan e. Peningkatan keuntungan</p>	
-----------------------------	--	---	--

Sumber: Peneliti (2023)

2.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sujarweni, 2020:103). Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

Tujuan analisis data ada dua, yaitu:

1. Mendeskripsikan data, biasanya dalam bentuk tabel, grafik, sehingga dapat dipahami karakteristik datanya.
2. Membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel.

3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian menggunakan kuesioner. Maka untuk penilaiannya menggunakan Skala Likert, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau organisasi mengenai kejadian sosial (Sudaryono, 2018:190). Indikator dijadikan sebagai tolak ukur dalam pembuatan pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Pertanyaan dan pernyataan yang menyiapkan lima alternatif jawaban dan jawaban ini diberi skor 1,2,3,4 dan 5. Skor yang diberikan terhadap masing-masing skala adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Ragu-Ragu (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

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.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan

sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

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 3.3 di bawah ini.

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0,80$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

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

3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda 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), (X3)..... (Xn) . Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Variabel terikat (Penjualan Produk)
a	= Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
b1...b3	= Koefisien regresi (konstanta)
X1	= Sosialisasi
X2	= Promosi
X3	= Media Sosial
e	= Standar erorr

Sumber: Sujarweni (2018:141)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

A. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021:356), instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid atau tidak, angka tersebut dikonsultasikan dengan angka r_{tabel} . Dengan $N= 53$ taraf Sig 5% = 0,5 diperoleh 0,276. Karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} untuk taraf kesalahan 5% = 0,5, maka dapat disimpulkan instrument kemampuan kerja tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian dengan menggunakan rumus *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 :

Rhitung = 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: Sujarweni (2020:83)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah pada Tabel *Correlation* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika rhitung > 0,276

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, amka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bawa uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan *reabel* atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach's* dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item
 S_t = Varians total
k = banyaknya butir

Sumber : Arikunto dalam Kurniawan (2018:4)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliable tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dngan menggunakan *Statistical Programfor Social Science (SPSS)*. Guna melihat reliable atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel Reability Statistics hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunaka 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas Menurut Ghozali dalam Wijaya, dkk (2021 : 118), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi. GrafikHistogram dan grafik *Normalitas Probability Plot* serta *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Sosial Science (SPSS)* dengan menggunakan pendekatan histogram.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali dalam Wijaya, dkk (2021 : 118), uji multikolinieritas merupakan suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel

independen. Adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$).

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Wijaya, dkk (2021 : 118), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Grafik scatterplot dan uji Glejser. Probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut.

3.6.5 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 digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independent secara serempak terhadap variabel dependen (Santoso Slamet dalam Lestari, dkk 2019:44). Pengujian uji F dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima.
- b. Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.

Pengujian signifikansi uji F dapat dilakukan pengujian dengan rumus (Santoso Slamet dalam Lestari, dkk 2019:45) sebagai berikut:

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

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

sumber : Santoso Slamet dalam Lestari, dkk (2019:45)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (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:

$$H_0 : \beta_i = 0 ; \text{ artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat}$$

$$H_a : \beta_i \neq 0 ; \text{ artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat}$$

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf = 0,05 dengan ketentuan:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Sosialisasi, Promosi dan Media secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap

Penjualan Produk.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Produk.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). 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

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

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% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

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

Artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.