

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan informasi statistika. Pendekatan penelitian yang menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel – variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat, dan situasi.

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa saja yang ingin diketahui. Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sample atas populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Menurut Priyono (2022:13) dinyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan pemikiran ilmiah yang di dalamnya terdapat proses pembentukan ide dan gagasan yang diberlakukan secara ketat dengan memakai prinsip nomotetik dan menggunakan pola deduktif.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi Karyawan Salam Mandiri.

3.2 Objek, Jadwal, dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi Karyawan Salam Mandiri” dengan variabel independen (Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi) dan variabel dependennya Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Salam Mandiri yang berlokasi di Kawasan Industri MM 2100 Blok M3 No. 1 Jalan Lombok Cikarang Barat, Gandamekar, Bekasi Tim., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17520 pada bulan Februari – Juli 2025, sesuai dengan penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		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	Observasi Awal																												
2	Pengajuan Izin Penelitian																												
3	Persiapan Instrumen Penelitian																												
4	Seminar Hasil Proposal																												
5	Pengumpulan Data																												
6	Pengolahan Data																												
7	Analisis dan Evaluasi																												
8	Penulisan Laporan																												
9	Seminar Hasil Penelitian																												

Sumber: Rencana Penelitian (2025)

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang diteliti ini adalah metode kuantitatif. Menurut Hardani (2022:13) dinyatakan bahwa Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang terstruktur terhadap fenomena serta hubungannya.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta, dan sifat – sifat populasi daerah tertentu.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau didapatkan oleh penulis secara langsung. Menurut Nazir (2022:26) dinyatakan bahwa data primer adalah data yang didapat secara langsung dari lapangan atau objek penelitian, baik berupa pengukuran, pengamatan, maupun wawancara. Dalam penelitian ini sumber data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner secara tidak langsung atau berupa google form yang disebarakan kepada responden.

Menurut Sugiyono (2022:27) dinyatakan bahwa Data sekunder adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi data–data yang telah ada dari data primer atau penelitian sebelumnya Pada penelitian ini, data yang digunakan oleh penulis diperoleh dari data perusahaan dan penelitian terdahulu, seperti buku, jurnal, artikel dan sejenisnya.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

Banyak ahli menjelaskan pengertian populasi. Salah satunya Sugiyono (2020:31) dinyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Hoky Indonesia sebagai pelanggan di Koperasi Karyawan Salam Mandiri sebanyak 1.400 orang, namun untuk penelitian ini populasi di batasi oleh peneliti dengan syarat minimal melakukan transaksi sebanyak 10 kali dalam sebulan, sehingga banyaknya populasi yang didapat ialah 480 orang berdasarkan data yang didapat dari Koperasi Karyawan Salam Mandiri.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:37) dinyatakan bahwa sampel adalah karakteristik atau bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti sampel mewakili populasi. Guna menentukan jenis sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = banyaknya sampel

N = Populasi

e = presentase batas toleransi (*margin of error*)

dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{480}{1 + 480 (0.1)^2} = 82,7 \text{ (dibulatkan menjadi 83 orang)}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2020:33) dinyatakan bahwa:

“Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

3.5 Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner.

Dalam penelitian ini akan menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Bebas

Menurut Pridana dan Denok (2021:92) dinyatakan bahwa variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi yang memiliki definisi sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Tjiptono (2019:61) dinyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2019:63) dinyatakan bahwa terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Berwujud (*tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan kepada lingkungan sekitarnya berupa bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk memberikan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*)

5. Empati (*emphaty*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

2. Harga (X_2)

Menurut Samsul Ramli (2019:39) dinyatakan bahwa harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Menurut Kotler (2019:42) terdapat lima indikator yang mencirikan harga. Indikator tersebut adalah:

1. Keterjangkauan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

3. Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan
Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

3. Lokasi (X_3)

Menurut Kasmir (2020:11) dinyatakan bahwa lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat memanjangkan barang-barang dagangannya, konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Menurut Kotler dan Keller (2020:14) faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dengan cermat dalam menentukan lokasi yaitu:

1. Akses
Lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas
Lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Tempat parkir yang luas dan aman.
4. Ekspansi
Tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
5. Lingkungan
Daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan Kepuasan Konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2019:82) dinyatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2019:92) dinyatakan bahwa pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator sebagai berikut:

1. Niat beli ulang
Pelanggan yang puas cenderung berminat melakukan pembelian ulang produk/jasa yang sama lagi di kemudian hari.
2. Loyalitas pelanggan
Sebuah banyak riset yang menyimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen berdampak positif bagi terciptanya loyalitas pelanggan.
3. Perilaku komplain
Pelanggan yang puas lebih kecil kemungkinannya melakukan complain, sebaliknya jika konsumen tidak puas ada kemungkinan konsumen melakukan komplain
4. *Gethok tular positif*
Kepuasan Konsumen berdampak positif pada kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain.

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Pelayanan (X_1)	Menurut Tjiptono (2019:61) dinyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.	1. Berwujud (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan dan Kepastian (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>emphaty</i>)	SKALA LIKERT
Harga (X_2)	Menurut Samsul Ramli (2019:39) dinyatakan bahwa harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa.	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	SKALA LIKERT
Lokasi (X_3)	Menurut Kasmir (2020:11) dinyatakan bahwa lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat memanjangkan barang-barang dagangannya, konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah, maupun harganya.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir yang luas dan aman. 4. Ekspansi 5. Lingkungan	SKALA LIKERT
Kepuasan Pelanggan (Y_1)	Menurut Kotler dan Keller (2019:82) dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.	1. Niat beli ulang Pelanggan 2. Loyalitas pelanggan 3. Perilaku komplain 4. Gethok tular positif	SKALA LIKERT

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Sumber : Peneliti (2025)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses dalam sebuah penelitian dan merupakan bagian yang penting. Teknik pengambilan data harus benar dan sesuai dengan metode agar hasil yang diraih sesuai dengan tujuan penelitian awal atau hipotesis awal yang sudah ditentukan. Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2020:33) menyatakan bahwa :

“Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan realibilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara – cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrument yang telah teruji vadilitas dan reabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliable, apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

a. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengambilan data dengan cara membaca buku – buku yang berkaitan dengan bahasa penelitian, literatur, jurnal, referensi, browsing materi melalui internet yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

b. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada kuesioner.

c. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan peneliti turun langsung ke lapangan, kemudian mengamati fenomena yang sedang diteliti sehingga peneliti dapat menggambarkan masalah yang terjadi.

3.7 Metode Pengolahan / 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.

3.7.1 Skala dan Angka

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner. Adapun peneliannya menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawabannya dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Netral (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 menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menggunakan 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 didalam pernyataan tersebut.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh penafsiran interval dibawah ini:

Interval angka penafsiran = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) / n

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

$$= 0,80$$

INTERVAL 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

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 terikat. 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) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2018:41). 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 (Kinerja Karyawan)

a = Intersep (Titik Potong Dengan Sumbu Y)

b1...b3 = Koefisien Regresi (Konstanta) X1,X2,X3

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

X3 = Lokasi

e = Standar Error

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

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

3.7.3 Uji Kualitas Data

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

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang diajukan peneliti.

Cara untuk menghitung validitas:

Untuk menguji validitas setiap pertanyaan yaitu nilai pada pertanyaan dikorelasikan dengan nilai totalnya. Nilai tiap pertanyaan dinyatakan nilai X dan nilai total dinyatakan sebagai skor Y

1. *Pearson Product Moment*

Pengujian validitas data dengan menggunakan *pearson product moment* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien antara variabel bebas dan variabel terikat

n = Jumlah responden

x_i = Jumlah skor item

y_i = Jumlah skor total (sebuah item)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas kedua yaitu uji realibilitas. Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali – kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpa Cornbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan

handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai realibilitas

$\sum Si$ = Jumlah variabel skor item

St = Varians Total

k = Banyaknya butir pertanyaan

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data menggunakan data SPSS. Menurut Sitomorang (2020:14) dinyatakan bahwa Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini andal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan uji – uji selanjutnya.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linear berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantaranya meliputi: (1) Uji normalitas, (2) Uji multikolinieritas, (3) Uji heteroskedastisitas, (4) Uji autokorelasi, dan (5) Uji lineartias.

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 data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram. Menurut Simutorang et. al (2020:44) menyatakan bahwa Data variabel bebas dan data variabel terikat akan dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji 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 varians yang sama diantara grup tersebut. Menurut Simutorang, et.al (2020:44) dinyatakan bahwa jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linear berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dimana akan diukur tingkat keratan (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 .

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 t (uji parsial), uji F (uji simultan) dan koefisien determinasi (r).

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

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

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, Harga, Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

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

Artinya variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. 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 variabel bebas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

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

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

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:

$H_0 : \beta_i = 0$; 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 F_{hitung} dengan F_{tabel} 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 menggunakan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi secara bersama – sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Penegujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar anatar 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.