

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bumame Farmasi Bogor pada bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	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	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan data													■											
6	Analisis & evaluasi														■	■									
7	Penulisan laporan																■	■	■	■	■	■			
8	Seminar hasil																						■	■	

Sumber : Rencana Penelitian (2022)

3.2. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:2) pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan, dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian

survei, yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Penelitian survei merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Menurut Sugiyono (2016:6) metode survei yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek atau subyek dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan populasi adalah seluruh pelanggan Bumame Farmasi Bogor yang sudah melakukan pembelian. Jumlah pelanggan berdasarkan informasi dari pihak Bumame Farmasi setiap bulannya tidak diketahui. Adapun pengertian menurut Sugiyono (2016:80) mengatakan bahwa 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.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili keseluruhan populasi. Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2} = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

Z = Z tabel, biasanya apabila alfa = 5%, maka nilai tabelnya sekitar 1,96

P = Proporsi

d² = Error, persis yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%) dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak berikut:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 (1.05)}{0,1^2} = 96,04 \text{ (dibulatkan ke atas menjadi 97 responden)}$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2016:82) teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria-kriteria yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden minimal berusia 17 tahun.
2. Responden adalah pelanggan yang pernah melakukan pemeriksaan Swab PCR di Bumame Farmasi Bogor dalam 1 tahun terakhir.

3.4. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses yang penting dalam mendapatkan data pada penelitian. Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara. Menurut Sugiyono (2016:224) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Adapun pengertian lain menurut Sujarweni (2014:74) teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

Langkah pengumpulan data adalah salah satu tahap yang sangat menentukan terhadap proses dan hasil penelitian yang akan dilaksanakan. Selanjutnya perlu penulis sampaikan

bahwa dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:225). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Juga data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016:225). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data-data dari internet, jurnal dan buku- buku yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada para responden. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan berupa kuesioner yang berkaitan dengan obyek yang diteliti yaitu mengenai kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan. Cara ini menurut peneliti merupakan cara yang efisien untuk mengumpulkan data dari responden dengan jumlah yang banyak.

3.5. Definisi 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 digunakan jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang biasa disebut variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas pelayanan dan harga, yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun

karyawan (Kasmir, 2017:47) dengan indikator sebagai berikut:

- a. Reliabilitas (*reliability*), berkenaan dengan kemampuan menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan staff layanan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
- d. Empati (*empathy*), berarti bahwa institusi atau organisasi yang memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, memberikan perhatian personal kepada para pelanggan, serta memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi institusi.

2. Harga (X_2)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2018:169).

Adapun indikator penelitiannya meliputi:

a. Keterjangkauan harga

Harga yang ditawarkan atau ditetapkan oleh perusahaan, masih dapat dijangkau oleh konsumen atau sesuai dengan daya beli konsumen.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Ada kesesuaian harga antara penetapan harga dengan kualitas yang diberikan. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas

3. Daya saing

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*dependent variable*). Dalam penelitian ini digunakan kepuasan pelanggan (Y). Menurut Tannady (2015:16) kepuasan pelanggan merupakan persepsi dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Adapun indikator penelitiannya meliputi:

- a. Kepuasan terhadap informasi
- b. Kepuasan terhadap harga
- c. Kepuasan terhadap pelayanan
- d. Kepuasan terhadap sistem pemasaran

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada tabel 3.2. di bawah ini :

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Yaitu tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Kasmir, 2017:47).	a. Reliabilitas (<i>reliability</i>), b. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) c. Jaminan (<i>assurance</i>) d. Empati (<i>empathy</i>) e. Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Skala Likert
Harga (X ₂)	Yaitu nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2018:169).	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan persepsi dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Tannady, 2015:16).	a. Kepuasan terhadap informasi b. Kepuasan terhadap harga c. Kepuasan terhadap pelayanan d. Kepuasan terhadap sistem pemasaran	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2022)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan analisis pada suatu penelitian untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Teknik analisis data dilakukan agar data lebih mudah dipahami, sehingga diperoleh suatu kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel bebas (*variable independen*) terhadap variabel terikat (*variable dependen*) yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang penilaiannya menggunakan Skala Likert. Skala likert merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Tingkat persetujuan yang dimaksud dimana jawaban instrumen dibuat menjadi 5(lima) gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), berikut ini tingkatannya.:

1. Sangat setuju (Skor 5)
2. Setuju (Skor 4)
3. Netral (Skor 3)
4. Tidak Setuju (Skor 2)
5. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Untuk menentukan gradasi hasil jawaban responden dalam kuesioner maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, netral 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.

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

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	Netral
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Hasil penelitian, 2022 (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 linier berganda. Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bumame Farmasi Bogor. Adapun pengertian menurut Lupiyoadi dan Ridho (2015:157), analisis regresi ganda adalah analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel *independent* atau lebih ($X_1, X_2, \dots, X_i$) dengan variabel *dependent* Y. Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b₁..b₂ = Koefisien regresi (konstanta) X₁, X₂

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Harga

e = standar *error*

Namun dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Pogram for Social Science* (SPSS). Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), Koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Untuk mengukur kualitas data yaitu dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Pengujian tersebut bertujuan untuk mengetahui valid dan konsistensi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat seberapa tepat variabel yang digunakan dalam suatu penelitian, dan akan dikatakan valid apabila mampu memberikan hasil atas apa yang ingin diukur. Dalam penelitian uji validitas ini 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 Statistic* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,30$. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh

kuesioner tersebut (Ghozali,2017:53). Uji validitas dilakukan untuk menjamin bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data merupakan kuesioner yang valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban responden atau seluruh butir pernyataan atau pertanyaan yang digunakan. Butir pernyataan atau pertanyaan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. 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 *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reliability Statistic* 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.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi linier berganda perlu pengujian uji asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Namun, ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:134). Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan menggunakan

pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorv-Sminorv Test.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017:47) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastitas dapat menggunakan metode analisis grafik. Metode grafik ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali 2017: 49). Dasar analisis metode ini yaitu:

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka menunjukkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Ghazali (2017:36) *tolerance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.5. 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) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/*simultant* (Uji F)

Menurut Ghozali (2017:96) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dalam penelitian ini 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 menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bumame Farmasi Bogor.

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 kepuasan pelanggan Bumame Farmasi Bogor.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Uji Parsial atau Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan perbedaan antara nilai dua nilai rata-rata dengan standar *error* dari perbedaan rata-rata dua sampel (Ghozali, 2017:9). Adapun bentuk pengujiannya adalah:

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

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

b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3,4,5,6$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel berikutnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,050$) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bumame Farmasi Bogor.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bumame Farmasi Bogor.

3.6.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui sebesar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Menurut Ghozali (2017:21) koefisien determinasi bertujuan pada pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Terdapat asumsi mengenai koefisien determinasi sebagai berikut:

Nilai R^2 berada diantara 0 dan 1 atau ($0 < R^2 < 1$), jadi:

1. Nilai R^2 yang mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.
2. Nilai R^2 yang mendekati 0 memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen amat terbatas.