

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Maxx Coffee* Lippo Plaza Keboen Raya Bogor yang berada di Jalan Malabar Tengah No. 01 Babakan, Kota Bogor waktu pelaksanaan penelitian selama 6 (enam) bulan yang dimulai pada bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022, Adapun agenda kegiatan selama penelitian dapat dilihat pada tabel yang tertera 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	Persetujuan judul dari dosen pembimbing	■	■	■	■																				
2	Observasi awal					■	■																		
3	Pengajuan izin							■	■																
4	Persiapan penelitian									■	■	■	■												
5	Pengumpulan data													■											
6	Pengolahan data														■	■									
7	Analisis data dan evaluasi																	■	■	■	■				
8	Penulisan laporan																					■	■	■	■
9	Seminar hasil																								

### 3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian ini yaitu penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiono, 2010:11). Penelitian ini mengacu pada hubungan kausal dimana menunjukkan hubungan yang bersifat sebab akibat dengan menunjukkan adanya variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Tujuan penelitian lebih di arahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Adapun variabel dalam penelitian ini kualitas pelayanan ( $X_1$ ), dan harga ( $X_2$ ) serta variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Banyak ahli menjelaskan pengertian tentang populasi. Salah satunya Sugiyono (2014:80) mengatakan bahwa:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor, dan jumlah anggota populasinya tidak diketahui.

#### **3.3.2. Sampel**

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2016:81) mengatakan bahwa:

”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 populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).”

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono 2014:85). Oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak yang dipandang sesuai untuk digunakan sebagai sumber data serta memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Responden merupakan pelanggan Maxx *Coffee* Lippo Plaza Keboen Raya Bogor.
2. Penyebaran kuesioner bukan untuk semua pelanggan melainkan satu kuesioner diberikan untuk sekali transaksi.
3. Responden merupakan pelanggan yang memesan untuk makan di tempat.
4. Pelanggan yang terlihat antusias akan lebih diutamakan untuk berpartisipasi dalam pengisian lembar kuesioner.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Sehingga jumlah sampel yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk data yang diperlukan di dalam menyusun skripsi ini digunakan metode Kuesioner (Angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pernyataan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisisioner.

### 3.5. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan istilah khusus untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang diteliti. Konsep ini digunakan untuk menggambarkan secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat generalisasi terhadap sesuatu yang khas. Definisi konsep ini dilakukan agar ada batasan terhadap masalah variabel yang diteliti dan menyederhanakan pemikiran sehingga tujuan dan arah penelitian jelas dan tidak menyimpang. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif dan memunculkan kepuasan bagi pelanggan.
2. Harga adalah atribut produk dan jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi suatu produk atau jasa.
3. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

### 3.6. Definisi Operasional

Menurut Sujarweni (2015:77), definisi operasional adalah penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis instrumen serta sumber pengukuran berasal darimana. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

#### a. Variabel bebas (X)

Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang diteliti pengaruhnya, adapun yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2017), kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Zeithaml dkk dalam Mardo (2016:31), Memberikan indikator ukuran kualitas pelayanan yang terletak pada 5 (lima) dimensi, yaitu:

- a) *Tangibles*, yaitu berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya.

- b) *Reliability*, yaitu kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
- c) *Responsiveness*, yaitu kesanggupan untuk membantu menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pelanggan.
- d) *Assurance*, yaitu kemampuan dan keramahan, serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan.
- e) *Empathy*, yaitu sikap tegas tetapi perhatian dari pegawai terhadap pelanggan.

## 2. Harga

Menurut Umar (2018:32) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli.

Menurut Xia et a (2004), dalam jurnal "*Influence of Price and Quality to Customer Satisfaction*" ada 5 (lima) indikator didalam menentukan harga, yaitu:

- a) Persepsi harga
- b) Prosedural harga
- c) Kewajaran harga
- d) Keterjangkauan harga
- e) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

### b. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (independent variable). Dalam penelitian ini digunakan kepuasan pelanggan. Menurut Atmaja (2018:11), kepuasan pelanggan adalah kepuasan masyarakat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan produk atau layanan dengan harapan.

Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92), yaitu:

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Bekunjung Kembali
3. Kesiediaan Merekomendasikan

**Tabel 3.2. Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Teknik Skor</b>
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain (Zeithaml, 2016).	1. <i>Tangibles</i>	Skala Likert
		2. <i>Reliability</i>	
		3. <i>Responsiveness</i>	
		4. <i>Assurance</i>	
		5. <i>Empathy</i>	
Harga (X <sub>2</sub> )	Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli (Xia et a, 2018:32).	1. Persepsi harga	Skala Likert
		2. Prosedural harga	
		3. Kewajaran harga	
		4. Keterjangkauan harga	
		5. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah kepuasan masyarakat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan produk atau layanan dengan harapan (Tjiptono, 2019:92).	1. Kesesuaian harapan	Skala Likert
		2. Minat berkunjung kembali	
		3. Kesiediaan Merekomendasi	

Sumber : Hasil penelitian, 2022 (Data diolah)

### 3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan variable independent, kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), dan harga (X<sub>2</sub>), sementara variable dependent yaitu kepuasan pelanggan (Y).

#### 3.7.1. Skala dan Angka Penafsiran

Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:132).

Skala yang digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam 5 (lima) poin skala dengan jumlah interval yang sama. 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, netral, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

Untuk penilaian hasil jawaban dilakukan dengan memberikan bobot sesuai dengan skala untuk masing-masing pernyataan yang terdapat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.3. Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti di bawah ini.

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

**Tabel 3.4. Angka Penafsiran**

<b>INTERVAL PENAFSIRAN</b>	<b>KATEGORI</b>
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, 2022 (Data Diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan:

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

Keterangan:

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

### 3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier 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 (Sunyoto,2014:104). Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah *multiple regression*. Kata *multiple* berarti jamak atau lebih dari satu variabel.

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)
- b<sub>1</sub>b<sub>2</sub> = Koefisien regresi (konstanta) X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>
- X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan
- X<sub>2</sub> = Harga
- e = Standar *error*

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda 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 beberapa teknik analisis data. Pertama, uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, 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 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.

#### **1. Uji Validitas**

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas yang merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya semakin kecil ukuran varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya. Alat pengukur yang sering digunakan adalah korelasi product moment, analisis faktor dan korelasi bagian total (*corrected item total correlation*).

Cara menguji validitas kuisisioner:

1. Mengidentifikasi secara operasional konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba kuisisioner tersebut pada sejumlah responden, disarankan jumlah responden untuk 30 responden.
3. Mempersiapkan table tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing item dalam kuisisioner dengan skor total, dengan menggunakan teknik korelasi product moment. (Sugiono, 2010:137), suatu kuisisioner dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $r > 0,361$ .

## 2. Realiabilitas

Merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan yang relative sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama, semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin handal tesnya. Ukuran realibitasnya biasanya menggunakan koefisien *Alpha* atau metode *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

### 3.7.4. 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 digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atautakah tidak. Uji ini biasanya dilakukan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, artinya data harus terpenuhi, artinya data harus berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam pembahasan persoalan normalitas ini akan digunakan uji *one sample kolmogorofsnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar 0,05 atau 5%. (Wiyono,2011:149). Dalam uji normalitas ada dua macam yaitu:

1. Uji normalitas data per - variable
2. Uji normalitas regresi yang dilakukan pada residual (Y - Y)

Pada skripsi ini ditekankan pada uji normalitas regresi, untuk melihat sejauh mana persamaan regresi yang diperoleh layak digunakan untuk peramalan (*forecasting*). Uji normalitas ini dilakukan pada residual bukan pada data per variable.

## 2. 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 varians yang sama diantara anggota grup tersebut. 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 (Situmorang, et.al., 2007:63).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Situmorang, et.al., 2007:68).

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variable independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Dalam hal ini ada beberapa model pengujian yang bisa digunakan antar lain:

1. Dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF)
2. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi simultan ( $R^2$ )
3. Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*.

### 3.7.5. 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), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial).

#### 1. Uji Serempak atau 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 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

Sumber: Unaradjan (2013:207)

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 menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- 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.

## 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 ( $R^2$ ) 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

Sumber: Arikunto dalam Widayat (2008:73)

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

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