

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Desain dalam penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana pengaruh beberapa variabel (Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing dimensi tersebut dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Permata Sentul Golf and Country Club. Selanjutnya jenis penelitian merupakan elemen-elemen yang ada dalam suatu desain penelitian, yaitu metode dan teknik penelitian. Adapun jenis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif asosiatif** dengan desain **survey**, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen (Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan variabel dependen Kepuasan Pelanggan).

3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Permata Sentul Golf and Country Club. Pada Bulan Februari sampai dengan Juli 2025 dilanjutkan dengan ijin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, analisis data dan evaluasi penulisan penelitian ini sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Obsrvasi	■	■																						
2	Pengajuan Izin			■																					
3	Persiapan Penelitian				■																				
4	Studi Kajian Pustaka					■	■	■																	
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

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat analisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Kasiram dalam Sujarweni (2021:39) mendefinisikan proses penelitian kuantitatif dimulai dari teori, hipotesis, desain penelitian, memiliki subjek, mengumpulkan data, memproses data, menganalisis data, dan menuliskan kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis metode penelitian survey, penelitian survey yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Dalam penelitian survey digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Pengumpulan data dapat melalui kuesioner dan wawancara. Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner. Dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden dan wawancara dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung (Sujarweni, 2021:47).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu, yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni 2021:80). Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang pernah bermain golf di Permata Sentul Golf and Country Club. Jumlah populasinya didasarkan pada data penjualan di Permata Sentul Golf and Country Club selama periode 2023, dimana jumlahnya sebanyak 45.000 pelanggan.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang

dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Sujarweni, 2021:81) untuk kriteria sampel yang diambil ialah pelanggan yang pernah bermain golf di Permata Sentul Golf and Country Club dan yang paling banyak di minati dengan price list non member Rp. 2.148.000 Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Presisi yang di tetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Jaya (2021:75)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{45.000}{1 + (45.000 \times 0.1^2)}$$

$$= 99,77 \text{ (Dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Guna mendapatkan sampel yang mewakili populasi penelitian, maka metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode pengambilan *convenience sampling* yang melibatkan pengambilan sampel yang paling mudah atau yang paling mudah di akses. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian yang memiliki anggaran dan waktu yang terbatas dan pengambilan sampel sesuai kriteria yang telah ditentukan. Besaran jumlah sampel yang ditarik ditentukan dari pelanggan yang pernah bermain golf di Permata Sentul Golf and Country Club dari periode 2023.

3.5 Definisi Oprasional

3.5.1 Definisi Oprasional

Menurut Jaya (2021:65) definisi operasional merupakan variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis, menentukan instrumen, serta mengetahui sumber pengukuran. Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana mengukur variabel. Definisi operasional bukan hanya sekadar petunjuk bagi kita tentang cara mengukur suatu variabel. Akan tetapi, definisi operasional juga merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja, merupakan atribut-atribut dari sekelompok orang. 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 dua jenis variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*).

3.5.2 Variabel Bebas

Menurut Sugiono (2019:69) variabel Independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) variabel bebas atau yang sering disebut variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau yang sering disebut variabel Y. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu harga, lokasi dan kualitas pelayanan yang penulis definisikan sebagai berikut:

a) **Harga (X₁)**

Menurut Samsul Ramli dalam Indrasari (2019:39) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:43) 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 pelanggan.
3. Daya saing harga. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. pelanggan akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.
5. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan. Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan pelanggan tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, pelanggan akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, pelanggan akan mengambil keputusan untuk membeli.

b) **Lokasi (X₂)**

Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu yang mempelajari tata ruang untuk mengetahui situasi yang ada disekitar dan pemilihan lokasi usaha yang strategis dan tepat akan menentukan keberhasilan suatu usaha dimasa yang akan datang. Lokasi usaha merupakan hal utama yang harus diperhatikan, karena merupakan aset jangka panjang dan berdampak pada masa depan perusahaan. Hal tersebut senada dengan yang dikatakan oleh Abubakar, (2018:60) place (tempat) merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting

yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang.

Adapun menurut Abubakar dalam Bannet (2018:24) sebagian besar kesuksesan ditentukan oleh bagus tidaknya lokasi yang dipilih oleh perusahaan, meski kita memiliki peluang usaha yang bagus namun jika salah memilih tempat akan sangat mungkin perusahaan tersebut tidak berkembang. Mengingat pentingnya peran lokasi yang akan mendukung segala aspek, untuk itulah kita perlu mengetahui bagaimana karakteristik suatu tempat. Berdasarkan menurut Tjiptono (2020:29), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi fisik suatu usaha atau pabrik, yaitu sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lokasi parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
4. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya

c) **Kualitas Pelayanan (X₃)**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019:63) terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan didalam kualitas layanan yaitu:

1. Berwujud (*tangibles*) yaitu merujuk pada aspek fisik atau konkret dari produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu bisnis. Hal ini dapat mencakup desain,

kualitas, merek, kemasan, warna, bentuk, dan fitur fisik lainnya yang dapat dilihat, dirasakan, atau diukur oleh pelanggan.

2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keinerja 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, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan 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 para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

3.5.3 Variabel Terikat

Menurut Sugiono (2019:69) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas. Dalam penelitian ini digunakan kepuasan pelanggan, Menurut Fatihudin (2020:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima

dan kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman yang dirasakan/diterima oleh pelanggan. Adapun Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92) yakni:

1. Kesesuaian harapan (*expectation congruence*) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana produk atau layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini mengacu pada perbedaan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang diterima dari produk atau layanan yang diberikan.
2. Minat berkunjung kembali hal ini dimana pelanggan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan jasa yang pernah mereka gunakan di masa lalu, jika mereka merasa puas dengan pengalaman tersebut.
3. Kesiediaan merekomendasikan dapat diartikan sebagai kemauan atau kesiapan seseorang untuk memberikan saran atau rekomendasi kepada orang lain terkait suatu hal atau topik tertentu. Ini bisa melibatkan proses pemikiran dan penilaian terhadap informasi yang tersedia untuk memberikan saran yang sesuai dengan situasi yang dihadapi oleh orang yang meminta rekomendasi.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Harga (X ₁)	Menurut Samsul Ramli dalam Indrasari (2019:39) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. 5. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan. 	Skala Likert

Lokasi (X ₂)	Abubakar, (2018:60) place (tempat) merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lokasi parkir yang luas nyaman dan aman 4. Lingkungan	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X ₃)	Menurut Kotler dan Amstrong dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.	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
Kepuasan Pelanggan (Y)	Fatihudin (2020:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima.	1. Kesesuaian harapan. 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan.	Skala Likert

Sumber: Penulis (2025)

3.6 Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, dengan pemaparan sebagai berikut:

1. Data Primer. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung ke lapangan dan mengadakan wawancara, observasi, dan studi dokumen pada Permata Sentul Golf and Country Club. Informasi yang digali yaitu data-data yang berhubungan dengan harga, lokasi dan kualitas pelayanannya berhubungan dengan tercapainya Kepuasan Pelanggan. Proses wawancara yang dilakukan kepada Manajer Permata Sentul Golf and Country Club.

2. Data Sekunder. Data sekunder yang diperoleh dari Permata Sentul Golf and Country Club yaitu price list harga, jumlah penjualan, dan rata rata kunjungan yang didapat dari Manajer Permata Sentul Golf and Country Club.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mengungkap atau menjangking informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian (Jaya 2021:88) tanpa menegtahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang berisi daftar pernyataan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf and Country Club. Menurut Jaya (2021:91) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Dari kuesioner tersebut maka didapatkan instrumen pengumpulan data yang efisien, dan peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari para responden.

3.8 Metode Analisis Data

Menurut Sujarweni (2021:121) analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Teknis 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 anatara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.8.1 Skala Pengukuran

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono 2019:146) umumnya skala likert menggunakan point berikut:

Tabel 3.3 Skor sikap atau persepsi tiap indikator (skala likert)

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

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.

3.8.2 Persamaan Regresi

Persamaan ini adalah yang dipergunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat (*dependent*) disebut dengan persamaan regresi. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama variabel bebas (*independent*) terhadap suatu variabel tak bebas (*dependent*) alat yang dapat digunakan untuk memprediksi

permintaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu lebih (X_1), (X_2), (X_3), (X_n). Agar dapat menguji sejauh mana pengaruh beberapa variabel bebas (*independent*) terhadap suatu variabel terikat (*dependent*) dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Kepuasan pelanggan)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3 ,
- X_1 = Harga
- X_2 = Lokasi
- X_3 = Kualitas Pelayanan
- e = Standar eror

Sumber: Menurut Sugiyono (2017:275) dalam Susilawati (2022:39)

Demikian dalam penelitian ini. Analisis regresi linear berganda menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Package For the Social Science (SPSS)* versi 23. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.8.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh dan uji kualitas data yang digunakan penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan. Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan dapat dipakai untuk mengukur apa yang akan diukur. Sedang reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrument pengukur dapat dipercaya (Sugiyono, 1998)

dalam Huda (2020:17) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah validitas konstruksi (*construct validity*) validitas konstruksi menentukan validitas alat ukur dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan dengan skor totalnya. Total skor ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikansi berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dilakukan bahwa alat ukur tersebut validitas. Berikut ini rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas *product moment pearson* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sekaran, 1992) dalam Huda (2020:18) yaitu:

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

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
 $\sum X_i$ = Jumlah skor item
 $\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)
N = Jumlah responden.

Demikian dalam penelitian ini uji validitas menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS)*. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan dalam kuesioner maka dilihat bagian *Item-Total Statistics* pada kolom *Corelation*, jika $r_{hitung} > 0,300$ maka butir pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < 0,300$ maka butir pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten. Artinya berapa pun banyaknya pengulangan yang dilakukan dengan menggunakan instrumen tersebut, kesimpulan yang diperoleh tetap sama, walaupun perolehan angka nominalnya tidak harus sama. Penting untuk diingat bahwa data yang reliabel belum tentu valid. Dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dengan alat ukur yang sama. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus *alpha*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = Banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Huda (2020:19)

Dalam penelitian ini uji reliabel menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*. Guna melihat reliabel atau tidaknya instrumen maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS*, jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sujarweni (2021:232) model regresi yang digunakan akan benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau disebut *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi klasik regresi, maka asumsi dasar tersebut adalah apabila tidak terjadi gejala autokolerasi, heterokedastisitas, dan multikolinearitas diantara variabel bebas dalam regresi tersebut. Setelah model yang akan diuji bersifat *BLUE*, maka selanjutnya adalah dilakukan pengujian statistik yaitu t_{hitung} , dan f_{hitung} . Uji asumsi klasik regresi linier berganda menggunakan program *SPSS (Statistical Package for Social Solution)*. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni data dengan bentuk lonceng, Uji normalitas bisa dilakukan dengan uji *one sample Kolmogorov Smirnov*, yaitu memperhatikan hasil nilai probabilitas yang ada apakah lebih besar dari $>0,05$ (Santoso, 2002) dalam Huda (2020:22) dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.

Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri. Dikatakan juga bahwa tujuannya untuk mengetahui apakah sebaran data itu 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.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang independen dari model yang ada. Akibat adanya multikolinieritas ini koefisien tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas. pada model regresi yang baik seharusnya terjadi kolerasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Sujarweni (2021:227) dikatakan juga bahwa cara yang paling mudah untuk mengatasi masalah multikolinieritas adalah menghilangkan/men-*drop* salah satu atau beberapa variabel yang memiliki korelasi tinggi dalam model regresi. Cara lain bisa dengan menambah data penelitian, cara ini bermanfaat jika masalah multikolinieritas akibat kesalahan sampel. Dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF < 10 atau nilai $toll > 0,1$.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah suatu keadaan di mana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized residual* regresi sebagai variabel dependent. Apabila hasil uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heterokedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heterokedastisitas (Ghozali dalam Sujarweni (2021:226) uji heterokedastisitas 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.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji *glejser* ataupun uji *park*. 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. Dikatakan juga bahwa suatu model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas artinya varian variabel tersebut tidak konstan. Masalah heteroskedastisitas sering muncul dalam *data cross section*. Data silang tempat (*cross section*) sering memunculkan masalah heteroskedastisitas karena variasi unit individunya. Akibat adanya masalah heteroskedastisitas ini adalah varian penaksirannya tidak minimum sehingga penaksir/estimator dalam model regresi menjadi tidak efisien.

3.8.5 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). Uji statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali dalam Sujarweni (2021:229) apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan (α) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) > 0,05.

1. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2021:228) signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y atau tidak. 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.

Dalam penelitian ini semua uji hipotesis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*. Caranya dengan melihat nilai pada kolom F pada tabel anova. 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, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\geq 0,05$ dengan ketentuan:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf and Country Club.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf and Country Club.

2. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2021:161) uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah secara sendiri-sendiri (parsial) variabel (X) berpengaruh signifikan terhadap (Y) atau tidak. Dikatakan berpengaruh jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar eror koefisein regresi X

Sumber: Susilawati (2022:43).

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 10% ($\alpha 0,01$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf and Country Club.
- b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf and Country Club.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) Koefisien Determinasi (*Goodness of fit*), yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali dalam Sujarweni (2021:228) pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui sebesar mana pengaruh variabel X terhadap Y. Dinyatakan dalam %, sisanya berarti dipengaruhi oleh variabel X lainnya yang tidak diteliti dan 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*.