

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Indomaret Cipanas Lebak Banten pada Bulan maret 2022 sampai dengan bulan 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 dan evaluasi														■	■									
7	Penulisan laporan																■	■	■	■	■	■			
8	Seminar hasil																							■	■

Sumber: Rencana Penelitian (2022).

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2014:6).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:72). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Indomaret Cipanas. Jumlah pelanggan berdasarkan informasi dari pihak Indomaret Cipanas ada sekitar 100 - 200 orang. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan angka 150 sebagai populasi penelitian.

3.3.2. 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).

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

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Rakhmad dalam Unaradjan (2013:124)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{150}{150 \times 0.1^2 + 1} = 60 \text{ responden}$$

Penulis akan menggunakan teknik *Probability Sampling*, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2016:82). Oleh sebab itu peneliti mengambil sumber data dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Minimal berumur 15 tahun.
2. Responden merupakan pelanggan Indomaret.
3. Minimal melakukan transaksi di Indomaret lebih dari satu kali dalam sebulan.
4. Pelanggan membeli produk untuk dirinya sendiri.
5. Minimal pembelian satu produk untuk satu kali transaksi.

1.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan instrument pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti memerlukan data dan informasi yang lengkap dan akurat, maka peneliti menggunakan proses pengumpulan data dengan beberapa cara. Sugiyono (2014:137) menyatakan 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 reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan sekunder. perlu penulis sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset

secara khusus (Sunyoto, 2014:28). Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Kuesioner (Angket)

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

2. Interview (Wawancara)

Selain menggunakan kuesioner, penulis juga menggunakan teknik interview (wawancara). Hal ini peneliti lakukan dalam rangka melakukan studi pendahuluan misalnya untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti, mengetahui hal lain dari responden secara lebih mendalam dan lain sebagainya. Adapun bentuk interview yang penulis lakukan adalah interview terbuka, artinya penulis tidak membatasi jawaban yang harus dikemukakan oleh responden.

3. Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan data selanjutnya yang digunakan adalah observasi. Hal ini dilakukan dengan cara mengamati berbagai obyek tanpa melakukan komunikasi secara langsung. Teknik ini di gunakan peneliti saat ingin mengetahui tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden, para pegawai dan lain sebagainya.

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 dua jenis variabel yaitu variable bebas (*independent variable*) dan variable terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas

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

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan Menurut Kotler (2019:166) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. dengan indikator pernyataan sebagai berikut:

1. *Realibility* (kehandalan).
2. *Responsiveness* (daya tanggap).
3. *Assurance* (jaminan).
4. *Empathy* (empati).
5. *Tangibles* (produk-produk fisik).

2. Harga (X2)

Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dalam Krisdayanto (2018:4) indikator yang mencirikan harga yaitu :

1. Keterjangkauan Harga.
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa.
3. Daya Saing Harga.
4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

3. Store Atmosphere (X3)

Menurut Levy & Weitz dalam katarika & syahputra (2017), Store atmosphere mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Menurut Berman dan Evan

dalam Agustini (2020:5) terdapat empat indikator store atmosphere yang berpengaruh yang terdiri dari :

1. *Store Exterior* (Bagian depan toko).
2. *Store General Interior* (Bagian dalam toko).
3. *Store Layout* (Tata letak).
4. *Interior Display* (Papan pengumuman).

3.5.2. Variabel Terikat

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 Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik dan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2014:101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

1. *Re-Purchase* yaitu membeli kembali.
2. Menciptakan *Word of Mouth*.
3. Menciptakan Citra Merek.
4. Menciptakan keputusan pembelian.

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

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas Pelayanan Menurut Kotler (2019:126) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.	1. <i>Realibility</i> (kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Assurance</i> (jaminan) 4. <i>Empathy</i> (empati) 5. <i>Tangibles</i>	Skala Likert

		(produk-produk fisik)	
Harga (X ₂)	Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert
<i>Store Atmosphere</i> (X ₃)	Menurut Levy & Weitz dalam katarika & syahputra (2017), <i>Store atmosphere</i> mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka.	1. <i>Store Exterior</i> (Bagian depan toko) 2. <i>Store General Interior</i> (Bagian dalam toko) 3. <i>Store Layout</i> (Tata letak) 4. <i>Interior Display</i> (Papan pengumuman)	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:196).	1. <i>Re-Purchase</i> yaitu membeli kembali 2. Menciptakan <i>Word of Mouth</i> 3. Menciptakan Citra Merek 4. Menciptakan keputusan pembelian	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2022)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji

yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah yang nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Seperti yang peneliti telah sampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

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

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

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 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 menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3)..... (Xn) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). 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 (kepuasan pelanggan)
a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
b₁...b₃ = Koefisien regresi (konstanta) X1, X2, X3

X_1 = Kualitas pelayanan
 X_2 = Harga
 X_3 = *Store atmosphere*
 e = Standar error

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:225)

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

3.6.3. Uji Kualitas Data

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

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang akan dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa: "validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus *Pearson Product Moment*", adalah:

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

Keterangan:

Rhitung = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

ΣX_1 = Jumlah skor item

ΣY_i = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:164)

Dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan 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 rhitung >0,300 maka butir pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid dan jika rhitung <0,300 maka butir pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan atau mengecek apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. 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 dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha minimal 0,6.

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

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Arikunto dalam Sunyoto (2014:115)

1.6.4. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini melakukan analisis regresi linear berganda, dalam regresi linear berganda wajib melakukan uji asumsi klasik. Tujuan menggunakan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 yang terdiri dari: 1. Uji normalitas, 2. Uji multikolinieritas dan 3. Uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dalam penelitian ini akan digunakan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan kolmogorv-Smirnov Test. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram yang bertujuan untuk mengetahui apakah data mengikuti atau mendekati distribusi normal atau mempunyai pola seperti distribusi normal (Supardi, 2017:173).

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas atau lebih. Dimana akan diukur tingkat keeratan (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 dimana syarat untuk bisa dilakukan uji selanjutnya adalah tidak terjadi multikolinieritas (Priyatno, 2016:116).

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam analisis regresi, biasanya terdapat metode yang digunakan untuk melakukan estimasi parameter. Salah satu metode yang paling sering digunakan adalah metode kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square*). Prinsip dari metode tersebut adalah dengan meminimumkan jumlah kuadrat galat atau biasa disebut residual. Tetapi, ada

beberapa asumsi didalam analisis regresi yang harus dipenuhi untuk melakukan estimasi dengan model OLS tersebut, diantaranya adalah data harus mengikuti seberapa normal, tidak ada multikolinieritas, tidak ada autokorelasi pada data, dan data bersifat homoskedastik (Kurniawan dan Yuniarto, 2016:143).

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau lebih dari semestinya. Agar koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas harus dihilangkan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji rank-spearman yaitu dengan mengkolerasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari Iresidual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (Variant dari residual tidak homogen).

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka selanjutnya langkah yang akan di ambil ialah dilakukannya uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

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

Uji F 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 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 : Sugiyono (2016:252)

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 secara simultan kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka yang dinyatakan atau yang digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel bebas atau variabel bebas lebih dari satu (variabel x) terhadap variabel terikat (variabel Y.) pada penelitian ini menggunakan perhitungan dengan *Statistical Package For The Social Science* (SPSS versi 23) dan nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary*, dengan rumus sebagai berikut:

$KD = (r)^2 \times 100\%$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Sumber: Siregar (2013:252)

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikansi secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linear berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independennya memberi pengaruh yang berbeda dalam model (Kurniawan dan Yuniarto, 2016:96). Berkaitan dengan ini, uji signifikansi secara parsial (secara sendiri-sendiri) digunakan untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian. Pada penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS versi 26). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom t pada tabel *Coefficients* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Adapun rumus manual yang digunakan dalam mencari t_{hitung} , adalah:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Nilai konstanta

S = Standar error

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:73)

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

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 variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan *store atmosphere* secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan *store atmosphere* secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas.