



BAB III

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis akan menentukan langkah-langkah metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi ini. Metodologi penelitian berisikan tentang pengetahuan yang membahas mengenai metode apa saja yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian.

Dalam bab ini akan diuraikan lebih rinci mengenai objek penelitian, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, desain penelitian, variable dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan sampel, dan teknik analisis data penelitian.

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Zalora Indonesia. Sedangkan yang dijadikan sample dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan transaksi jual beli melalui Zalora di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di wilayah Jakarta.

B. Desain Penelitian

Studi deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur yang digunakan dalam pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa: orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Pendekatan yang



digunakan dalam metode penelitian ini bila dilihat dari segi perspektif yang berbeda menurut Cooper dan Pamela (2006:158), yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini merupakan studi formal, karena penelitian ini diawali dengan adanya batasan masalah dan hipotesis penelitian dimana tujuan akhirnya adalah menguji hipotesis dan menjawab batasan masalah.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan studi komunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuesioner dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui kuesioner tersebut.

3. Pengontrolan Variabel Per Riset

Penelitian ini merupakan penelitian sesudah fakta (*ex post facto*). karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga penulis tidak dapat mengontrol variable bebasnya dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini merupakan penelitian sebab akibat (*casual-predictive*). Metode ini bertujuan untuk mempelajari mengapa suatu variable dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan metode lintas bagian (*cross section*), dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi desain statistic dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistic.

7. Lingkungan Riset

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan actual, karena data-data yang didapatkan langsung dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang sudah pernah melakukan transaksi jual beli melalui Zalora di Indonesia khususnya di wilayah Jakarta.

8. Persepsi Peserta

Hasil kesimpulan yang didapat dari penelitian ini bergantung kepada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan diunakan dalam melakukan analisis dalam penelitian ini, yaitu promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1

Indikator Variabel Promosi (X1)

Variabel	Dimensi	Indikator/ item pertanyaan	Skala
<p>© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	Periklanan	Zalora menggunakan bantuan bintang iklan untuk mempromosikan brand	Interval
		Iklan mengenai Zalora menarik	
		Pesan iklan Zalora mudah dimengerti	
		Pesan iklan Zalora persuasif	
		Iklan Zalora memberi informasi yang jelas	
		Zalora membuat iklan melalui internet	
	Publisitas	Seminar yang dilakukan oleh Zalora dapat dipercaya	Interval
		Seminar yang diadakan Zalora menarik perhatian orang	
		Pembicaraan mengenai Zalora di acara seminar mudah dimengerti	
		Zalora akan memberikan sebuah <i>reward</i> kepada peserta seminar	
		Zalora menjadi sponsor yang dominan pada acara <i>fashion show</i>	
	Promosi Penjualan	Zalora memberikan tawaran kupon yang mendorong konsumen untuk konsumen untuk membeli produk	Interval
		Zalora sering mengadakan event busana prook fashion dengan harga spesial yang ditawarkan pada bulan tertentu.	
		Zalora sering mengadakan diskon besar besaran pada produk tertentu sehingga membuat orang tertarik untuk membeli produk	
	Penjualan Perorangan	Zalora menawarkan melakukan transaksi jual/ beli dengan menggunakan sistem <i>COD</i> (<i>cash on delivery</i>), sehingga transaksi jual beli akan menjadi lebih aman.	Interval
		Transaksi dengan menggunakan <i>COD</i> di Zalora lebih dipercaya oleh konsumen	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><i>Direct Marketing</i></p>	<p>Transaksi dengan menggunakan <i>COD</i> lebih mudah dilakukan di tempat yang dijanjikan dan waktu yang ditentukan.</p>	<p>Interval</p>
		<p>Informasi mengenai suatu produk yang akan dijual disampaikan secara informatif melalui pesan yang diterima lewat email.</p> <p>Zalora melakukan promosi khusus terhadap konsumen yang sudah pernah menggunakan aplikasi atau <i>website</i> melalui beberapa media sosial media seperti:</p> <p>1. Facebook, yang menampilkan pesan yang menarik di timeline Zalora sehingga konsumen akan cenderung tertarik dan mencoba menggunakan website Zalora.</p> <p>2. Instagram, yang menampilkan image yang menarik mengenai produk yang dijual di Zalora sehingga konsumen tertarik untuk melihat website tersebut.</p>	
		<p>Zalora mengirim pesan melalui sms bila ada promo produk atau harga khusus</p>	

Tabel 3.2

Indikator Variabel Kualitas Layanan (X2)

Variable	Dimensi	Indicator/ item pertanyaan	Skala
<p>Kualitas Pelayanan</p>	<p><i>Reliability</i></p>	<p>Call center yang selalu siap membantu pelanggan secara konsisten</p>	<p>Interval</p>
		<p>Pelayanan yang diberikan oleh Zalora sesuai dengan memenuhi kebutuhan pelanggan</p>	
		<p>Pelayanan yang diberikan selalu tepat dari waktu ke waktu</p>	
		<p>Ketepatan waktu dalam pengiriman produk sesuai dengan estimasi yang ditampilkan <i>website</i></p>	



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<i>Responsiveness</i>	Karyawan Zalora memberikan pelayanan yang cepat dan respon yang baik	Interval
		Memberikan nomor resi paket setelah barang sudah dalam proses pengiriman.	
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<i>Assurance</i>	Saya merasa aman saat melakukan pembelian produk melalui Zalora	Interval
		Keamanan dalam proses pengiriman produk	
		Zalora memiliki brand image yang bagus sehingga kredibilitas dapat dipercaya dan terjamin	
		Zalora menyimpan dan menjaga informasi pribadi dengan baik	
		Zalora memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan dari awal sampai akhir melalui notifikasi dan tracking lewat GPS	
		Zalora memberikan cashback terhadap pengembalian produk	
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<i>Empathy</i>	Zalora peduli dengan masalah yang dihadapi oleh pelanggan	Interval
		Zalora memberi perhatian kepada pelanggan yang bertanya	
		Menjawab setiap pertanyaan konsumen ataupun menerima keluhan saran dengan ramah	
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<i>Tangible</i>	Paket yang diterima dikemas dengan rapi	Interval
		Logo Zalora mempunyai design yang simpel dan unik sehingga brand tersebut gampang dikenali	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Indikator Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variable	Dimensi	Indicator/ item pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen secara keseluruhan	Saya puas dengan semua pelayanan yang diberikan oleh Zalora Jakarta	Interval
	Konfirmasi harapan	Produk yang dibeli sesuai harapan dan memenuhi kebutuhan konsumen	Interval
	Minat beli ulang		Anda akan melakukan pembelian kembali produk di Zalora
Anda menginginkan Zalora sebagai website berbelanja dalam memenuhi kebutuhan konsumen			
	Ketersediaan untuk merekomendasi	Anda akan merekomendasikan teman anda untuk berbelanja melalui Zalora	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan menggunakan instrumen kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2016:142), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan penulis menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang meminta persetujuan atas suatu pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban berupa angka yang dimulai dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4

Tabel Bobot Nilai

Skala	Bobot
1) Sangat Tidak Setuju	1
2) Tidak Setuju	2
3) Netral	3
4) Setuju	4
5) Sangat Setuju	5

©

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Populasi

Populasi yang dipilih adalah konsumen yang memakai aplikasi dan web serta sudah pernah berbelanja di Zalora Indonesia di wilayah Jakarta sebanyak 100 orang.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel akan dilakukan dengan *non probability sampling*

Pendekatan yang digunakan adalah *judgment sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah responden penelitian merupakan para pengguna aplikasi atau *website* Zalora dalam berbelanja.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika indikator pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2016:52).

Dalam Penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:

RUMUS PERSON PRODUCTS MOMENT

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

Keterangan:

- r : koefisien korelasi
- $\sum X$: jumlah skor item
- $\sum Y$: jumlah skor total item
- n : jumlah responden

2. Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach’s Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach’s alpha > 0,70.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

- K : banyaknya butir pertanyaan
- σ_t^2 : varian total
- $\sum \sigma_b$: jumlah varian butir pertanyaan
- r_{xy} : reliabilitas instrument

3. Analisi Presentasi

Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat table untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing-masing pertanyaan. Rumus presentase dapat dilibat sebagai berikut:

$$Fr = \frac{\sum F}{n} \times 100\%$$

Keterangan

- Fr= frekuensi relative
- F= frenkuensi
- n=responden

4. Skala Likert

Pengukuran pelaksanaan unsur-unsur yang mempengaruhi Promosi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen dilakukan dengan menggunakan skala likert

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang merupakan serangkaian pernyataan mengenai pendapat responden mengenai
Malora Indonesia.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Sugiyono (2016:93), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Untuk pengolahan data dalam penelitian ini, kuesioner didesain dengan menggunakan rentang skala pada pertanyaan di dalam kuesioner. Setiap kategori jawaban diberikan nilai rentang skala 1 sampai 5 dengan kategori berikut:

Sangat tidak Setuju = 1

Tidak Setuju = 2

Netral = 3

Setuju = 4

Sangat Setuju = 5

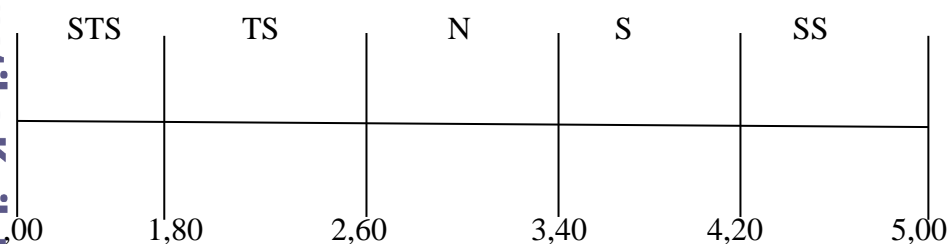
Untuk menghitung skala penilaian, menggunakan rumus:

$$Skala = \frac{Skor\ tertinggi - skor\ terendah}{banyaknya\ kelas}$$

Skor penelitian tertinggi untuk setiap pernyataan adalah 5. Skor terendah adalah 1, sehingga rentang skala yang diperoleh:

$$Skala = \frac{5 - 1}{1} = 0,8$$

Sehingga posisi jawaban menjadi sebagai berikut:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov.

Ho: residual data berdistribusi normal

Ha: residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan :

Terima Ho bila probabilitas ≥ 0.05

Tolak Ho bila probabilitas < 0.05

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Adanya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

- (1) Jika nilai tolerance ≥ 0.10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas
- (2) Jika nilai tolerance < 0.10 atau VIF ≥ 10 amak terdapat multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi spearman.

d. Uji Autokorelasi

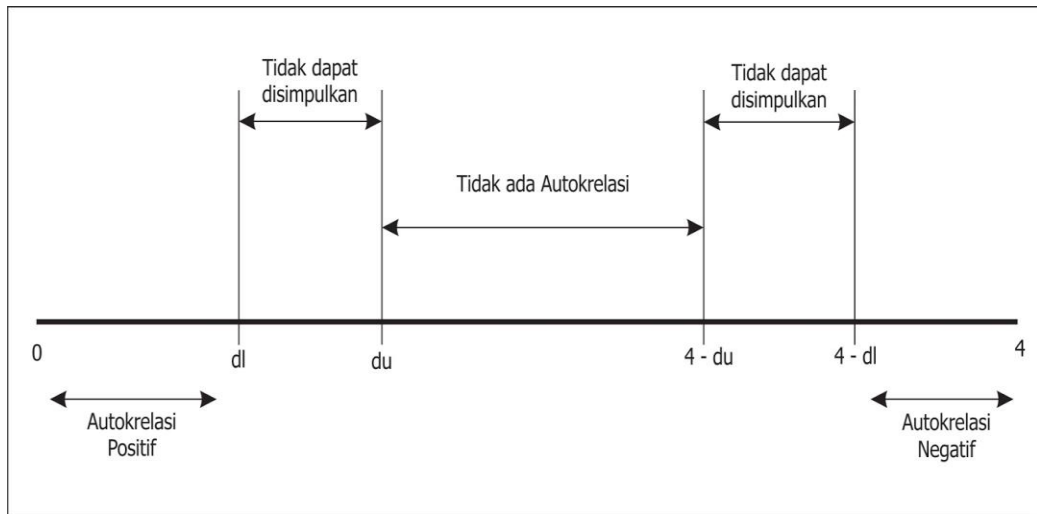
Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada autokorelasi. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji durbin-watson. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada durbin Watson, dapat dilihat pada gambar berikut:

c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.5 Analisa Durbin Watson



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

6. Analisa Regresi Linier Berganda

Penulis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan computer program SPSS 2.0 untuk mengetahui regresi berganda berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Variable terikat (Kepuasan Konsumen)

X₁ = Variable Promosi Penjualan

X₂ = Variable Kualitas Layanan

a = nilai konstanta

b_{1,2} = koefisien regresi

Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H₀: Tidak ada pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a: Ada pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dasar pengambilan keputusan adalah:



Terima H_0 , jika $\text{sig} > 0,05$

Ⓒ Tolak H_0 , jika $\text{sig} < 0,05$

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi ganda diatas menurut Cooper and Schindler (2017:221) adalah:

a. Uji keberatian Model (Uji F)

Dalam regresi linier berganda, uji-F memiliki peran keseluruhan untuk model, dan masing masing variabel bebas dievaluasi dengan uji-t terpisah. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0 = b_1 = b_2$$

$$H_a = \text{tidak semua sama}$$

- (1) Dari tabel ANOVA di peroleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
- (2) Bandingkan nilai Sig.F dengan $\alpha=0,05$
 - (a) Jika nilai $\text{sig.F} \geq 0.05$ maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
 - (b) Jika nilai $\text{Sig.F} < 0.05$ maka model fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikasi mode regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variabel dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikasi koefisien dari setiap variabel independent terhadap variabel dependent. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0: b_i = 0$$

$$H_a: b_i > 0$$

- (1) Dari tabel *coefficient* diperoleh nilai t hitung dan Sig.1 untuk masing-masing variabel independent yang diuji
- (2) Bandingkan nilai Sig. t (one tailed) dengan $\alpha=0.55$
 - (a) Jika nilai Sig. t $\geq \alpha$ maka variable independent tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.
 - (b) Jika nilai Sig. t $< \alpha$ maka variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.

Koefisien Deterimnasi (R^2)

Koefisien Deterimnasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:

- (1) Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- (2) Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna