



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh kualitas layanan harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen restoran Don's Burger di wilayah Pondok Ungu Permai di Kota Bekasi. Sedangkan subyek penelitian ini adalah para konsumen yang pernah mengkonsumsi produk Don's Burger. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di wilayah Pondok Ungu Permai dan Bekasi dan sekitarnya pada periode February 2017 - Agustus 2017.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data untuk membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan membuat pilihan-pilihan penting dalam metodologi.

Dalam Cooper dan Schindler (2017:147-152) desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Perbedaan utama dari kedua pilihan tersebut adalah tingkatan struktur dan tujuan studi. Studi eksploratif (*exploratory studies*) cenderung memiliki struktur yang lebih longgar dengan tujuan untuk



menemukan tugas penelitian selanjutnya. Tujuan utama eksplorasi adalah untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan dalam penelitian selanjutnya. Studi formal (*formal studies*) dimulai saat eksplorasi berakhir- studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan data

Pengklasifikasian membedakan antara pengamatan dan proses komunikasi. Pengamatan (*monitoring*) melibatkan studi dimana peneliti menyelidiki aktivitas subyek atau sifat alami dari beberapa materi tanpa berusaha untuk mengurangi respons dari siapapun. Studi komunikasi ini dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subyek penelitian dengan cara yang personal maupun impersonal, lalu mengumpulkan informasi yang telah diperoleh dari subjek tersebut.

Metode yang digunakan adalah dengan survey. Pada cara survey, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isi yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian ini.

3. Kontrol Peneliti terhadap variable

Dilihat dari kemampuan peneliti dalam konteks untuk memanipulasi variable-variable. Studi pengendalian variable ini dapat berupa desain eksperimental dan desain *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto* peneliti tidak memiliki *control* atas *variable*, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.



4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk studi kausal. Dengan studi ini, peneliti bermaksud untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variable-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen Restoran Don's burger di wilayah pondok ungu permai di kota Bekasi. Studi ini bermaksud untuk memprediksi efek kepada suatu variable dengan memanipulasi variable lainnya, sementara variabel-variabel diluar itu dianggap konstan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Penelitian ini mirip dengan kegiatan memotret suatu objek. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi *statistic* dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Generalisasi tentang temuan penelitian disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan actual. Dimana penelitian dilakukan berdasarkan pada kondisi lapangan.



8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

C. Variabel Penelitian

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen restoran Don's Burger di wilayah Pondok Ungu Permai Bekasi.

2. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *independen* dan *dependen*. Menurut Sugiyono (2016:39) Variabel *independen* : variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat), dalam penelitian



ini yang menjadi variabel *independen* ialah kompensasi dan promosi. Sedangkan variabel *dependen* : sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependen* ialah kepuasan konsumen.

a. Variabel independen

(1). kualitas layanan

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Skala
Reliability (Keandalan)	Karyawan Don's Burger memiliki kemampuan yang baik dalam mengolah makanan dan minuman yang di sajikan.	Interval
	Karyawan Don's burger cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda	Interval
	Karyawan Don's Burger memberikan informasi produk yang di jual dengan baik.	Interval
Emphaty (Kepedulian)	Karyawan Don's burger bersikap ramah terhadap pelanggan.	Interval
	Karyawan Don's burger memiliki kemampuan komunikasi kepada konsumen dengan baik.	Interval
	Karyawan Don's burger mengetahui keinginan konsumen.	Interval
Tangibles (Bukti Fisik)	Don's Burger memiliki ruang makan yang nyaman	Interval
	Don's Burger memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman.	Interval
Responsiveness (Daya Tanggap)	Karyawan Don's Burger menangani keluhan konsumen dengan baik.	Interval
	Karyawan Don's Burger bersedia memberikan bantuan kepada konsumen yang memerlukan bantuan	Interval
Assurance (Jaminan)	Karyawan Don's Burger ramah serta sopan dalam melayani konsumen.	Interval
	Don's Burger selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman.	Interval
	Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di restoran Don's Burger	Interval

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.



(2). Harga

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator Harga

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (Diadaptasi dari Ali Hasan 2013:83)	Harga	Harga sesuai dengan kualitas produk	Interval
		Harga yang diberikan terjangkau	Interval
	Strategi Harga	Terdapat potongan harga pada produk tertentu	Interval
		Harga bersaing dengan pesaing sejenis	Interval

(3). Promosi

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator Variabel Promosi

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi (Diadaptasi dari Ali Hasan 2013:603)	Periklanan (Advertising)	Don's Burger mengiklankan produk di media cetak	Interval
		Iklan Don's Burger sangat mudah di ingat para konsumennya	Interval
	Penjualan Personal (Personal selling)	Karyawan memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, 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>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan nama penulis atau institusi asal.</p> <p>a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		Karyawan bertutur kata baik saat menawarkan produk	Interval
	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	Don's Burger memberikan cash discount	Interval
		Don's Burger memberikan potongan harga untuk beberapa produk	Interval

b. Variable dependen

(1) Kepuasan Konsumen

Tabel 3.4

Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
<p>Kepuasan Konsumen (Diadaptasi dari Mohsen Nazari, Mohammad Ali Shah Hosseini, Seyed Vahid Tabatabaie Kalejahi ; 2014)</p>	<i>Overall Customer Satisfaction</i>	Anda merasa puas dengan Pelayanan yang diberikan oleh Don's Burger karena sudah sesuai dengan kebutuhan anda.	Interval
		Anda merasa puas dengan Harga yang ditawarkan oleh restoran Don's Burger karena sesuai dengan keinginan anda.	Interval
		Anda merasa puas dengan Promosi yang ditawarkan restoran Don's Burger menarik.	Interval
	<i>Affective Respond</i>	Anda merasa senang mengonsumsi Don's Burger.	Interval
		Anda terbantu dengan adanya restoran cepat saji di wilayah tersebut.	Interval
	<i>Perceived Value</i>	Anda merasa puas dengan Harga yang ditawarkan Restoran Don's Burger sesuai dengan layanan yang diberikan kepada anda.	Interval
Anda merasa puas dengan Harga yang ditawarkan Restoran Don's Burger		Interval	



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penyalinan dalam bentuk apa pun tanpa izin IBIKKG.</p> <p>a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		sesuai dengan produk yang anda konsumsi.	
	<p><i>Fulfilling Changing and New Needs</i></p>	<p>Anda merasa puas dengan Restoran Don's Burger karena selalu berinovasi dengan produk baru.</p> <p>Interval</p>	<p>Anda merasa puas dengan Restoran Don's Burger karena restoran tersebut cepat tanggap dalam pemenuhan kebutuhan konsumen yang baru.</p> <p>Interval</p>

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *survey*. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah *survey* yang dikelola dengan menggunakan kuesoner. Kuesoner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuisoner diberikan kepada responden yang pernah mengkonsumsi produk Don's Burger di daerah Pondok Ungu Permai kota Bekasi. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan diperoleh informasi mengenai kualitas layanan, Harga, dan Promosi terhadap kepuasan konsumen Restoran Don's Burger di daerah Pondok Ungu Permai kota Bekasi.

E. Teknik Pengambilan Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan



sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah konsumen yang mengkonsumsi produk Don's Burger di daerah Pondok Ungu Permai kota Bekasi. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *judgement sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan tujuan tertentu yaitu harus mengumpulkan data dari konsumen yang mengkonsumsi produk Don's Burger di daerah Pondok Ungu Permai kota Bekasi. karena hanya konsumen tersebut yang dapat menilai. Jumlah responden yang diambil adalah 100 responden.

F. Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0 Teknik analisis data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur, item kuisoner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur, menurut Priyanto (2016:143) . Suatu kuesioner dinyatakan valid, jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*. Uji Validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel ($n - 2$) Apabila nilai t hitung $> t$ table (0.361), maka valid Apabila nilai t hitung $< t$ table (0.361), maka tidak valid. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Corrected Item Total Correlation* pada program SPSS 20.0 , dengan rumusan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



X	= skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
Y	= skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X
$\sum X$	= jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum XY$	= jumlah skor dalam distribusi XY
$\sum X^2$	= jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
$\sum Y^2$	= jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
N	= banyaknya responden.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil $\alpha > 0,70$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,70$ = tidak reliable.



Rumus Reabilitas =

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

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan

(α) = 0.05

Analisis deskriptif

Analisis deskriptif mengenai Pengaruh kualitas layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen restoran Don's Burger di daerah Pondok Ungu Permai di Kota Bekasi. Analisis ini bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi data yang mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Digunakan suatu nilai yang cenderung merupakan nilai sentral yang mewakili semua observasi. Dalam analisis deskriptif, nilai ini bisa mewakili oleh mean (rata-rata), median, modus, tabel frekuensi atau frekuensi.

a. Mean

merupakan nilai rata rata dari hasil observasi terhadap suatu variable dan merupakan jumlah dari seluruh hasil observasi dibagi dengan jumlah observasinya

Didalam penelitian ini digunakan 100 responden yang di minta untuk



memberikan terhadap pelayanan, harga dan promosi serta tingkat kepuasan konsumen yang diberikan oleh restoran Don's Burger dengan salah satu nilai:

1 : sangat tidak puas

4 : puas

2 : tidak puas

5 : sangat puas

3 : sedang

Rata rata arimatriknya :

$$X = \sum \frac{x}{n}$$

b. Modus

Menggambarkan nilai yang paling sering muncul atau memiliki frekuensi terbanyak penggunaan kata “kebanyakan”, “paling banyak” atau “sebagian besar” mendedikasikan penggunaan data modus dalam analisis deskriptif..

c. Median

Pengukuran nilai tengah dengan membagi jumlah observasi secara seimbang dari atas ke bawah, atau merupakan persentil kelima puluh.

1) Tabel Frekuensi

Menggambarkan jumlah respon untuk tiap kategori yang sama dalam satu kelompok sehingga memberikan hasil yang mudah dipahami

2) Presentase

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.



Memberikan gambaran yang mudah dalam membandingkan atau mengetahui data yang yang terbanyak dalam satuan perseratus (%).Salam penelitian ini presentase yang di gunakan adalah sama dengan yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari

Kategori data yang memiliki jumlah lebih besar dari 50% dalam analisis persentase sering dikatakan mayoritas.dan presentase juga sering dikombinasikan dengan modus dan tabel frekuensi.

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

4 Analisis Regresi

Menurut Priyatno (2016:47) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini terdapat tiga variabel independen maka regresi linier yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

Persamaan

$$= + + + +$$

Dimana

X₁ = kualitas layanan

X₂ = Harga



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.

X3	= Promosi
Y	= Kepuasan Konsumen
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
e	= <i>term of error</i>

Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T) adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. ^[1]_{SEP}

Uji serempak (Uji F)

Uji serempak (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama^[1]_{SEP} Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $F_{hitung} <$ dari nilai F_{tabel} , maka berarti

variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametrik *One Kolmogorov Smirnov*. Jika angka probabilitas $< \alpha = 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> \alpha = 0,05$ maka variabel terdistribusi secara normal menurut Cooper dan Schindler (2014:395).

b. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi heterokedastisitas atau tidak, diperlukan uji heterokedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui terjadinya varian residual pada model regresi. Menurut Priyanto (2016:131) model regresi linier yang baik yang tidak adanya masalah Heterokedasitas. Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glejser, jika angka probabilitas $< \alpha = 0,05$ maka model regresi mengandung heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> \alpha = 0,05$ maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.



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.



c. Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2016:129). Uji ini bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas. Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak ada masalah multikolinieritas. Dalam penelitian ini, menggunakan *tolerance and value inflation factor* atau VIF. Jika:

- (1.) Nilai $\text{tolerance} > 0,10$ dan $\text{VIF} < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
- (2.) Nilai $\text{tolerance} < 0,10$ dan $\text{VIF} > 10$ maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin Watson .

- $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima , artinya tidak terjadi autokorelasi .

- $DW < DL < DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak , artinya terjadi autokorelasi

- $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti

Skala Likert

Skala yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:40) skala Likert merupakan variasi skala *rating* yang paling sering

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.



digunakan, skala *rating* akhir terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan atas objek yang diamati. Partisipan diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan, setiap tanggapan diberikan skor numerik yang menunjukkan sikap kesukaan, dan skor ini dapat dijumlah untuk mengukur sikap partisipan secara keseluruhan.

Tabel 3.5

Tabel Skala Likert

Skala peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

9. Rentang Skala

Untuk memposisikan jawaban responden maka digunakan rentang skala yang menggambarkan posisi dari yang sangat rendah ke posisi yang sangat tinggi, Rumus yang digunakan adalah:

Maka skala yang digunakan adalah

1,00-1,80 = Sangat Tidak setuju

1,81-2,60 = Tidak Setuju

2,61-3,40 = Netral / Biasa saja

4,21-5,00 = Sangat Setuju