



BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. OBJEK PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading yang bergerak di bisnis kopi. Subjek penelitian adalah para pembeli yang sedang dan pernah membeli kopi di Kopi Kenangan di Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner terhadap 100 pelanggan Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading.

B. DESAIN PENELITIAN

Menurut Cooper dan Schindler (2017: 148), di awal penelitian apapun, peneliti menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan.

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat.

Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan yang ada di dalam batasan masalah penelitian.

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.



2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden mengenai variabel dalam penelitian, kemudian mengumpulkan jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Penelitian ini dikatakan sebagai penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang terjadi, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol variabel-variabel yang di teliti dan sifatnya tidak dimanipulasi.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, penulis berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen Kopi

Kenangan Kelapa Gading .

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan studi *cross sectional*. Penelitian hanya dilakukan satu kali, untuk mencari hubungan anatara variable independen dengan variable dependen.

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



6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi *statistic* karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan mengenai hasil-hasil temuan disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah representatif dan tingkat validitas.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*), karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya dan data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner di lapangan.

8. Kesadaran Persepsi Subjek

Hasil dari kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



C. VARIABEL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel-variabel yang terdiri dari:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Kerlinger dalam Riyadi (2016:52), variabel bebas (*independent variable*) adalah sebab yang dipandang sebagai penyebab kemunculan variabel terikat. Istilah variabel bebas adalah anteseden dimana variabel bebas diberi simbol X. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas Produk (X1) dan Promosi (X2)

Tabel 3.1

Dimensi dan indikator Kualitas Produk

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Kinerja	Pemerataan kualitas produk Kopi Kenangan di Jakarta Utara.	Interval
	Daya Tahan	Kopi Kenangan memiliki rasa yang masih enak walaupun sudah beberapa jam setelah dibuat	Interval
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kenangan memiliki desain kemasan yang menarik	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang	Fitur	Kopi Kenangan menghadirkan porsi dan jenis penyajian yang bervariasi.	Interval
	Reliabilitas	Kopi Kenangan memiliki mesin kopi yang dapat mempertahankan konsistensi rasa.	Interval
	Estetika	Kopi Kenangan mempunyai nama produk yang unik	Interval
	Kesan kualitas	Kopi Kenangan terdaftar di BPOM sehingga terjamin kelayakannya.	Interval

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 3.2

Dimensi dan indikator Promotion (Promosi)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi (X1)	<i>Personal selling</i> (Penjualan Perseorangan)	Kopi Kenangan melakukan penjualan secara perseorangan kepada para pelanggan.	Interval
		Tenaga penjual memahami keseluruhan produk yang akan ditawarkan.	Interval
	<i>Advertising</i> (Periklanan)	Dalam mempromosikan produk, Kopi Kenangan menggunakan media yang bervariasi.	Interval
		Iklan yang diberikan Kopi Kenangan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para pelanggan.	Interval
	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	Promosi yang dilakukan oleh Kopi Kenangan menarik bagi para pelanggan.	Interval
		Kopi Kenangan sering memberikan promosi penjualan seperti potongan harga.	Interval

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 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.

	<i>Publicity</i> (Publisitas)	Kopi Kenangan sering melakukan kegiatan yang meningkatkan publisitas.	Interval
		Kegiatan dalam meningkatkan publisitas yang dilakukan oleh Kopi Kenangan menarik bagi para pelanggan.	Interval
	<i>Public relation</i> (Hubungan Masyarakat)	Kopi Kenangan menjalin komunikasi dengan baik dengan para pelanggan melalui media sosial.	Interval
		Kopi Kenangan menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan.	Interval

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Kerlinger dalam Riyadi (2016:52), variabel terikat (*dependent variable*) adalah yang dipandang (atau diduga) sebagai akibat. Istilah variabel terikat adalah konsekuensi dimana variabel terikat diberi simbol Y. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah Loyalitas Konsumen (Y).



Tabel 3.3

Dimensi dan indikator loyalitas konsumen

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Konsumen	Melakukan pembelian ulang	1. Konsumen Kopi Kenangan Kelapa Gading melakukan pembelian ulang dalam frekuensi yang sering	Interval
	Pembelian seluruh lini produk dan jasa	1. Konsumen Kopi Kenangan Kelapa Gading sudah memiliki hubungan yang kuat dengan produk sehingga selalu membeli apa yang ditawarkan tanpa berpikir dua kali.	Interval
	Referensi kepada orang lain	1. Konsumen Kopi Kenangan Kelapa Gading	Interval

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		<p>merekomendasikan produk-produknya kepada orang lain (teman, sanak saudara, tetangga, rekan bisnis, orang, dll.)</p>	
	<p>Kekebalan terhadap ajakan pesaing</p>	<p>1. Konsumen Kopi Kenangan tidak mudah terpengaruh oleh ajakan pesaing.</p>	<p>Interval</p>

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu diambil langsung dari sumbernya yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang pernah dan sedang membeli produk di Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi yang disebarkan kepada responden dengan pertanyaan mengenai kualitas layanan, promosi, dan kepuasan pelanggan. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala interval, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju.

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.

E. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Unsur Sampel

Dalam penelitian ini subjek pengambilan sampel adalah para pelanggan yang pernah membeli produk di Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading.

2. Ukuran Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah sebanyak 100 responden yang pernah dan sedang membeli produk di Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading.

3. Cara Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak, dimana peneliti tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pendekatan yang digunakan *judgement sampling*. *Judgement sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan bahwa sampel yang dipilih adalah orang-orang yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu para pelanggan yang membeli produk Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading.

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.



F. TEKNIK ANALISIS DATA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Uji validitas

Menurut Imam Ghazali (2016:52), menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur apakah sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *pearson product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_i = Korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

X_i = Nilai pertanyaan/item

Y_i = Skor total responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016: 47), suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Penggunaan pengujian reliabilitas oleh peneliti adalah untuk menilai konsistensi

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.



pada objek dan data, apakah instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, yang berarti bahwa reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dan akurasi atau ketepatan. Uji reliabilitas instrument penelitian ini akan menggunakan Reliability

Analisis dengan teknik *Alpha Cronbach* yang mempunyai rumus sebagai berikut :

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

$$s^2 = \frac{\sum fi \cdot (xi - \bar{x})^2}{n - 1}$$

Keterangan:

$r_{1.1}$	= Reliabilitas instrument	x_i	= Nilai tengah
k	= banyaknya butir pertanyaan	n	= jumlah sampel
s^2	= Standar deviasi sampel	f_i	= Frekuensi
$\sum s^2$	= Jumlah standar deviasi sampel		

Suatu instrument alat ukur dikatakan reliabel dan bisa diproses pada tahap selanjutnya jika nilai:

- $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$, data reliabel
- $r \text{ hasil} < r \text{ tabel}$, data tidak reliabel

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.



3. Analisis Deskriptif

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan rumus:

$$P = \frac{fi}{\Sigma fi} \times 100\%$$

Dimana:

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu.

fi = Banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu.

Σfi = Jumlah total responden

Untuk mengetahui atribut mana yang membuat konsumen berminat untuk membeli produk di Guardian digunakan perhitungan nilai rata-rata (*mean score*).

Sedangkan untuk mengetahui minat beli konsumen secara keseluruhan digunakan perhitungan keseluruhan nilai rata – rata:

$$\bar{X} = \frac{\Sigma fi \cdot wi}{n}$$

Dimana:

\bar{X} = skor rata – rata tertimbang

fi = frekuensi

wi = bobot masing – masing pertanyaan

n = total jumlah responden

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.



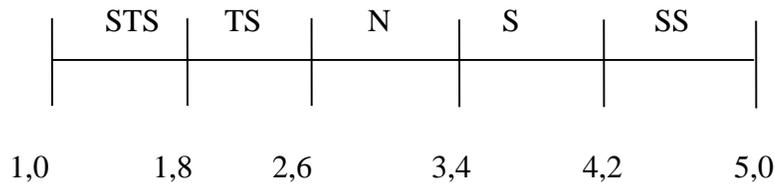
Setelah nilai rata – rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

Rumus yang digunakan adalah :

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

- m = Rata - rata nilai tertinggi
- p = Rata - rata nilai terendah
- b = Jumlah kelas / banyaknya kategori



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 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.



4. Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2016:94) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

α	= konstanta
β	= koefisiensi regresi
Y	= variabel kepuasan pelanggan
X_1	= variabel promosi
X_2	= variabel kualitas layanan
e	= <i>term of error</i>

a. Uji Keberartian Model (uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan, dengan hipotesis 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.



$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{satu dari } \beta_i \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$)
- b. Jika signifikansi $\leq 0,05$ atau F hitung \geq F tabel maka tolak H_0 (ada pengaruh)
- c. Jika signifikansi $> 0,05$ atau F hitung $<$ F tabel maka tidak tolak H_0 (tidak ada pengaruh)

b. Uji Signifikan Koefisien (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t merupakan sebuah uji untuk menguji hipotesis rata-rata, uji t dapat dilakukan atas dua rata-rata satu sampel atau dua sampel pengamatan. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (promosi dan kualitas layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) secara terpisah ataupun bersama-sama. Pengujian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_a : \beta_i > 0$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- a. Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$).
- b. Apabila t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak atau variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

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.



- c. apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 tidak ditolak atau variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel (Promosi dan Kualitas Layanan) dalam menerangkan variasi variabel dependen/ tidak bebas (Kepuasan Pelanggan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Menurut Iman Ghazali (2016:154), menjelaskan bahwa 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. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistic non – parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dengan bantuan aplikasi SPSS. Uji tersebut dilakukan dengan membuat hipotesis:

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.



Ho: Data residual berdistribusi normal

Ha: Data Residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah:

(1) Tolak Ho bila probabilitas $< 0,05$ maka data residual berdistribusi tidak normal.

(2) Tidak tolak Ho bila probabilitas $\geq 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Menurut Imam Ghozali (2016:134), mengungkapkan uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hipotesis:

Ho : $\rho = 0$ (tidak terjadi heteroskedastisitas)

Ha : $\rho \neq 0$ (terjadi heteroskedastisitas)

Dasar pengambilan keputusan:

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.



- (1) Terima H_0 bila probabilitas $\geq 0,05$
- (2) tolak H_0 bila probabilitas $< 0,05$

c. Uji multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2016:103), mengungkapkan uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terdapat korelasi maka terdapat korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Untuk mendeteksinya dilakukan uji regresi dengan bantuan SPSS. Cara melihat nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIP). Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* yang mendekati 1 atau nilai $VIF \leq 10$.

Dasar pengambilan keputusan:

- (1) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinieritas.
- (2) jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.