

BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



A. Obyek Penelitian

Obyek dari penelitian ini Street Boba Rawamangun Jakarta Timur, sedangkan yang menjadi subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan mengkonsumsi Street Boba Rawamangun di wilayah Jakarta Timur.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:126), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bisa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan hipotesis dan identifikasi masalah dimana tujuan akhirnya adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab identifikasi masalah tersebut.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan komunikasi, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek 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.



3. Berdasarkan pengendalian variabel oleh peneliti

3. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*, dimana peneliti tidak memiliki kendali atas variabel-variabel dan tidak dapat dimanipulasi. Peneliti hanya apa yang telah terjadi dan apa yang terjadi.

4. Berdasarkan dimensi waktu Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

5. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian berusaha untuk menangkap karakteristik populasi melalui karakteristik sampel dan penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

6. Berdasarkan lingkungan penelitian.

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan obyek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari Suasana Toko dan Kualitas Produk. Sedangkan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

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.



1. Variabel Kualitas Produk

Tabel 3.1
Operasional Variabel Kualitas Produk

No.	Dimensi	Teori	Indikator	Skala
1.	<i>Form</i>	Produk dapat dibedakan dalam banyak bentuk lainnya, seperti: bentuk, ukuran, atau struktur fisik suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> Variasi ukuran produk Street Boba lengkap Bentuk gelas Street Boba sangat nyaman dan mudah di genggam. 	Interval
2.	<i>Features</i>	Produk dapat ditawarkan dengan beragam fitur yang melengkapi fungsi dasarnya.	<ol style="list-style-type: none"> Variasi menu Street Boba beragam. Minuman Street Boba menyehatkan. Street Boba menawarkan menu dengan rasa dan topping yang bervariasi 	Interval
4.	<i>Performance Quality</i>	Merancang tingkat kinerja dan mengelola kualitas kinerja melalui waktu.	<ol style="list-style-type: none"> Produk Street Boba memiliki cita rasa sesuai selera Street Boba memiliki tekstur bubble atau boba yang kenyal dan lembut. Bahan dan kemasan yang digunakan Street Boba aman untuk dikonsumsi konsumen. 	Interval

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



5.	<i>Conformance Quality</i>	Tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.	Street Boba menawarkan minuman sesuai dengan yang digambarkan (di papan dan di menu)	Interval
6.	<i>Reliability</i>	Berkaitan pada suatu produk tidak akan mengalami kegagalan fungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.	1. Rasa minuman dan <i>bubble</i> yang ditawarkan Street Boba konsisten dari waktu ke waktu. 2. Rasa produk Street Boba tetap enak walaupun sudah lebih dari 1 jam di luar lemari es.	Interval
7.	<i>Style</i>	Menjelaskan tampilan dan nuansa produk kepada pembeli dan menciptakan kekhasan suatu produk yang sulit untuk ditiru.	<i>Packaging</i> minuman Street Boba di desain dengan menarik dan unik.	Interval
8.	<i>Customization</i>	Tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.	Menu minuman di gerai Street Boba Rawamangun dapat menyesuaikan keinginan konsumen.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016:394)



2. Variabel Suasana Toko

Tabel 3.2

Operasional Variabel Suasana Toko

No.	Dimensi	Teori	Indikator	Skala
1.	<i>Exterior</i>	Toko yang mempunyai pengaruh yang kuat terhadap image toko dan harus direncanakan secara matang, seperti: pintu masuk, etalase, teras, papan nama toko, dan konstruksi material lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Papan nama Street Boba terlihat jelas. 2. Etalase pada gerai Street Boba Rawamangun sangat menarik untuk dilihat. 	Interval
2.	<i>General Interior</i>	Kesan yang dapat diciptakan, seperti warna dinding toko yang menarik, musik yang diperdengarkan, serta aroma atau bau dan udara di dalam toko.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dinding toko di gerai Street Boba Rawamangun memiliki nilai estetika yang tinggi. 2. Musik yang diperdengarkan di gerai Street Boba Rawamangun meningkatkan daya tarik toko. 3. Aroma di gerai Street Boba Rawamangun membuat konsumen betah menunggu 	Interval

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiplak 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.	<i>Store Layout</i>	Perencanaan store layout meliputi penataan penempatan ruang untuk mengisi ruang toko.	Penempatan meja dan kursi di gerai Street Boba Rawamangun tertata rapih.	Interval
4.	<i>Interior Display</i>	Interior display merupakan peran penting untuk memberikan informasi kepada konsumen, serta meningkatkan penjualan dan laba bagi toko.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pajangan dekorasi di gerai Street Boba Rawamangun sesuai dengan tema toko (nuansa jepang) 2. Promo potongan harga di gerai Street Boba Rawamangun sangat menarik hati konsumen. 	Interval

Sumber: Berman dan Evans (2018)

3 Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 3.3

Operasional Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Dimensi	Teori	Indikator	Skala
1.	<i>Loyal</i>	Konsumen yang puas akan menjadi setia dan akan melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama.	Konsumen akan tetap membeli produk walaupun banyak produk sejenis dari merek lain	Interval
2.	<i>Buys more as the company introduces new products</i>	Konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan.	Konsumen akan tetap membeli apabila Street Boba menawarkan produk baru	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.



3.	<i>Recommend Product</i>	Konsumen yang puas akan mendapatkan dorongan untuk melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif	Konsumen akan bercerita dan merekomendasikan Street Boba ke konsumen lainnya.	Interval
4.	<i>Less attention to competing brands and less price sensitive</i>	Konsumen kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitive terhadap harga.	1. Konsumen tidak memberi perhatian terhadap tawaran merek minuman lain 2. Konsumen tidak sensitive dengan harga yang ditawarkan Street Boba	Interval
5.	<i>Feedback</i>	Konsumen bersedia untuk memberikan kritik dan saran kepada perusahaan.	Konsumen bersedia memberikan saran dan masukan terhadap Street Boba	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016:155)

© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menggunakan desain pengambil sampel non-probabilitas (*non-probability sampling*). Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* untuk memperoleh data dari konsumen Street Boba dengan kriteria tertentu. Untuk mendapatkan data pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada para pelanggan Street Boba Rawamangun Jakarta Timur dengan kriteria tertentu, yaitu :

- (1) Konsumen yang pernah mengonsumsi dan mengunjungi gerai Street Boba di wilayah Jakarta Timur.
- (2) Responden usia diatas 15 tahun.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data merupakan peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan kuesioner. Kuesioner ini disebarakan kepada konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur mengenai kualitas produk, suasana toko, dan kepuasan konsumen. Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah pertanyaan tertutup dan menggunakan skala Likert.

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Jenis dan Sumber Data



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dari sisi sumber, data terbagi atas data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yaitu responden melalui pengisian kuesioner, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau dari pihak-pihak lain yang datanya sudah diolah oleh pihak tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yang mengumpulkan data yang diperoleh secara langsung dengan membagi kepada responden yang pernah mengonsumsi dan mengunjungi gerai Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.

2 Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden akan memberi respon atas pertanyaan tersebut.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu bentuk pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan disertai alternatif-alternatif jawaban yang telah disiapkan penulis sehingga responden tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut. Penyebaran kuesioner dibantu dengan aplikasi *google docs* dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online*.

3 Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert untuk mengukur data dari kuesioner yang telah disebarkan kepada konsumen Street Boba Rawamangun

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.



Jakarta Timur. Variabel penelitian yang digunakan, yaitu kualitas produk dan store atmosphere akan dijabarkan menjadi indikator instrumen yang akan dinilai oleh para responden. Indikator dari instrumen tersebut akan dikembangkan menjadi sebuah pernyataan yang akan dinilai oleh para responden. Penilaian dari skala Likert adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4

Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Selanjutnya adalah rumus rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor dari setiap variabel di dalam penelitian. Berikut adalah rumus dari rentang skala:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Penelitian ini menggunakan Skala likert yang terdiri dari 1- 5, sehingga rentang skala dalam penelitian ini adalah: $(5-1)/5 = 0,8$.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

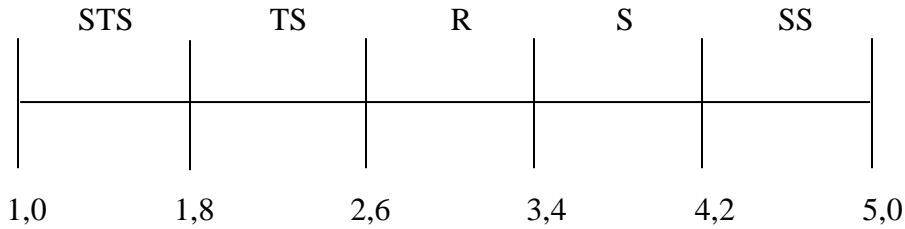
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Gambar 3.1

Rentang Skala



Keterangan :

1,0 – 1,79 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,80 – 2,59 = Tidak Setuju (TS)

2,60 – 3,39 = Ragu-ragu (R)

3,40 – 4,19 = Setuju (S)

4,20 – 5,0 = 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya akan dilakukan pengolahan data yang bersumber dari kuesioner tersebut. Olahan data tersebut akan dianalisis agar dapat membuktikan hipotesis yang telah dibuat dan menjadi informasi yang berguna untuk mendukung hasil penelitian ini. Alat bantu yang digunakan untuk mengolah data tersebut adalah perangkat lunak SPSS 25.



1. Uji Validitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Menurut Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas bertujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat diukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil r yang dihasilkan dari perhitungan Pearson Product Moment pada tabel dengan $n =$ jumlah responden dan $\alpha = 5\%$. Kriteria utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- (1) $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap valid
- (2) $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap tidak valid.

Rumus dapat diformulasikan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = Jumlah sampel

X = Data jawaban responden tiap item (skor pertanyaan)

Y = Data total jawaban tiap item setelah dikurangi data X pasangannya (skor total)

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. Uji Reliabilitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Menurut Ghozali (2018:45), 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 untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butir-butir dalam kuesioner. Jika suatu variabel memiliki nilai $> 0,7$, maka instrumen dinyatakan reliable. Dalam penelitian ini menggunakan uji Cronbach's Alpha. Uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σt^2 = Varian total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan. Rumus dapat diformulasikan 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.

$$\rho = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

ρ = Persentase dari responden yang berdasarkan kategori tertentu

fi = Banyaknya responden yang menjawab jawaban tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

a. Analisis Persentase (Proporsi)

Digunakan untuk menentukan berapa persen nilai dari responden yang menyatakan bahwa item pertanyaan dari kuesioner dinyatakan baik, sehingga tidak menjadi masalah.

b. Rata-rata hitung (mean)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan. Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata

fi = Frekuensi pemilihan nilai

xi = Data

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



4. Uji Asumsi Klasik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhana maupun regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square. dengan menguji model persamaan regresi dengan tujuan mengetahui apakah model persamaan regresi linear berganda tersebut layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:53), tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksud adalah distribusi sebuah data dengan bentuk lonceng (bell shaped). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni tidak berat ke kiri ataupun ke kanan.

Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan keterangan :

(1) Jika probabilitas $\leq 0,05$, Data residual tidak berdistribusi normal

(2) Jika probabilitas $\geq 0,05$, Data residual berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:102), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi

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.



antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk mengambil keputusan adalah

- (1) Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolonieritas
- (2) Jika nilai VIF > 10, maka akan terjadi multikolonieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:133), uji heteroskedastisitas adalah salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Kriteria utama untuk mengukur heteroskedastisitas adalah :

- (1) Jika nilai sig > 0,05, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.
- (2) Jika nilai sig < 0,05, maka terjadinya heteroskedastisitas.

5. Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1KP + \beta_2SA + \varepsilon$$

Keterangan:



Y = Kepuasan Konsumen

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel KP

β_2 = Koefisien regresi variabel SA

e = Error

Uji Keberartian Model (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (2018:99), uji F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan, dengan hipotesis sebagai berikut :

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

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_i = 0$$

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai Sig F > 0,05, maka model regresi tidak dapat digunakan.
- (2) Jika nilai Sig F < 0,05, maka model regresi dapat digunakan.

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:97), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan yaitu :

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.

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

$$H_a : \beta_i > 0$$

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai Sig atau t hitung $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (2) Jika nilai Sig atau t hitung $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:98), koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, antara 0 dan 1.

- (1) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- (2) $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y)



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.