



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Institit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Dengan subjek penelitiannya adalah konsumen yang bermain di wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Dengan menggunakan minimal sebanyak 100 data responden.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Rakim (2008) adalah rencana dan struktur penyelidikan yang digunakan untuk memperoleh bukti-bukti empiris dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini bersifat formal, karena pada penelitian ini memiliki maksud dan tujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang telah diajukan kepada konsumen.

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner yang berisi daftar pernyataan kepada responden dengan mengajukan pernyataan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pernyataan dalam kuisisioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian. Kuisisioner yang dipakai adalah kuisisioner tertutup berupa *numeric*/angka dan menggunakan skala likert.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif menurut Siregar (2014) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau penghubungan dengan variabel yang lain. Penelitian asosiatif merupakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A.

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.

penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2012) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen).

Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel independen yang diduga dapat mempengaruhi variabel dependen, yaitu sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh pasar dengan tujuan agar harapan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan atau ekspektasi konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan, pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditunjukkan





melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen mengenai ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2015).

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah layanan yang diberikan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading sesuai dengan harapan konsumen, Wahana dan fasilitas yang ditawarkan *House Of Trap* Mall Kelapa Gading sangat menarik, berkualitas, dan layak digunakan.

b. Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa.

Harga dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan tiket permainan *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Wahana yang diberikan berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan sangat terjangkau, serta harga tiket *House Of Trap* Mall Kelapa Gading dapat bersaing dengan permainan *Escape Room* lain.

c. Promosi

Promosi adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang mempunyai andil penting dalam mengkomunikasikan nilai suatu produk atau jasa kepada calon konsumen. Dalam penelitian ini, Indikator promosi yang digunakan adalah sebagai berikut Kotler dan Keller (2012) : periklanan (*advertising*) dan penjualan perseorangan (*personal selling*).

© 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.



Menurut Tjiptono (2015) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi dalam penelitian ini adalah suatu cara untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa yang dijual dengan cara memberikan diskon, potongan harga dan pemberitahuan langsung maupun secara tidak langsung melalui media *online* dan *offline* dengan baik dan dapat diterima oleh konsumen. Promosi yang diberikan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading memberikan keuntungan bagi konsumen seperti pemberian diskon atau potongan harga tiket. Pemilihan media promosi yang dilakukan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading seperti promosi melalui iklan, website, media sosial dan promosi lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel lain dan sering juga disebut variabel respons, atau endogen (Siregar dan Syofian, 2015). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah suatu hal yang harus diterapkan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen agar konsumen merasa senang dengan jasa yang digunakan dan tertarik untuk kembali menggunakan jasa yang dijual. Sesuai dengan judul penelitian ini penulis melakukan penelitian terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh petugas dan jenis permainan *House Of Trap* Mall Kelapa Gading berkualitas dan sesuai dengan harapan 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.



Tabel 3.1
Dimensi dan Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kualitas Pelayanan	Tangibles (Bukti Fisik)	Jenis wahana yang ditawarkan <i>House Of Trap</i> sangat menarik
			Fasilitas property yang ditawarkan <i>House Of Trap</i> layak digunakan
			Penampilan petugas sopan dan rapi
		Reliability (Kehandalan)	Petugas cepat dalam membantu pengunjung
			Pengunjung mendapatkan pelayanan yang baik selama berada di <i>House Of Trap</i>
			Petugas memberikan perhatian kepada pengunjung
		Responsiveness (Daya Tanggap)	Petugas mampu memberikan informasi mengenai jenis permainan secara jelas kepada pengunjung
			Petugas profesional dalam membantu pengunjung
		Assurance (Jaminan)	Petugas menjamin keselamatan pengunjung
			Petugas memahami standar operasional yang ada
			Petugas berinisiatif memberikan bantuan kepada pengunjung
		Empathy (Empati)	Adanya komunikasi dua arah yang baik antara petugas dan pengunjung dalam menangani keluhan
2	Harga	Keterjangkauan Harga	Harga tiket permainan <i>House Of Trap</i> sangat terjangkau
			Pengunjung tidak keberatan membayar harga tiket masuk sesuai tarif yang ditetapkan
		Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Wahana yang diberikan berkualitas sesuai dengan harga yang pengunjung bayarkan
		Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	Pengunjung mendapatkan pengalaman yang menyenangkan selama bermain di <i>House Of Trap</i> sesuai dengan harga yang dibayarkan
		Daya Saing Harga	Harga tiket <i>House Of Trap</i> dapat bersaing dengan permainan <i>Escape Room</i> lain

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

1. Ditaring 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	Promosi	Promosi Penjualan	Pengunjung mengetahui mengenai promo yang sedang berlangsung melalui <i>website</i>
			Pesan yang disampaikan dalam iklan dapat diterima dengan baik oleh pengunjung
4	Kepuasan Konsumen	Kualitas Yang Dirasakan	Desain iklan media sosial menarik
			Pengunjung tertarik dengan promo yang ditawarkan oleh <i>House Of Trap</i>
4	Kepuasan Konsumen	Nilai Yang Dirasakan	Pelayanan yang diberikan oleh petugas memenuhi kebutuhan pengunjung
			Pelayanan yang diberikan oleh petugas memenuhi harapan pengunjung
4	Kepuasan Konsumen	Harapan Pelanggan	Pengunjung mendapatkan pengalaman yang menyenangkan ketika berada di <i>House Of Trap</i>
			Pengunjung mendapatkan pelayanan yang baik selama berada di <i>House Of Trap</i>
4	Kepuasan Konsumen	Harapan Pelanggan	Wahana yang dimiliki oleh <i>House Of Trap</i> sesuai dengan harapan pengunjung
			Fasilitas yang disediakan oleh <i>House Of Trap</i> sesuai dengan harapan pengunjung

Sumber :Data primer (2020)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditarang 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 Pengumpulan Data

© Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti buat bisa mengumpulkan data - data yang terkait dengan permasalahan dari penelitian tersebut. Syarat data yang baik adalah harus akurat, relevan, dan *up to date*. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa kuisisioner yang diperoleh langsung dilapangan dengan menyebarkan kuisisioner pada *House Of Trap* Mall Kelapa Gading dan minimal data 100 responden. Kuisisioner dalam penelitian ini berisi pernyataan berdasarkan dimensi dari masing-masing variabel. Pengukuran kuisisioner menggunakan skala likert (*likert scale*). Menurut Cooper dan Schindler (2017:278) skala likert adalah variasi yang paling sering digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat dari pernyataan yang ada. Skala likert dalam penelitain ini dimana peneliti menggunakan skor angka 1-5 yang menunjukkan seberapa kuat subjek, dengan penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert (*Likert Scale*)

Skala Pengukuran	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

E. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian atau jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi tersebut. Populasi menurut Sugiyono (2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.

ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengunjung *House Of Trap* Mall Kelapa Gading yang bermain wahana *Escape Room*, penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 07 November 2020 sampai dengan 05 Desember 2020. Jumlah kuisisioner diberikan kepada sebanyak 150 responden, kuisisioner yang dikembalikan sebanyak 141 kuisisioner, sebanyak 9 kuisisioner tidak dikembalikan, dan terdapat sebanyak 41 responden yang tidak sesuai karakteristik dalam penelitian. Sehingga, jumlah sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Teknik sampling menurut Sugiyono dan Susanto (2015) adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam suatu penelitian. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini, pertama menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Kedua, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah dimulai dari penyebaran kuisisioner, selanjutnya hasil jawaban kuisisioner yang telah diisi responden diolah serta dianalisis untuk menjawab identifikasi masalah pertama, kedua, ketiga dan keempat tentang bagaimana kualitas pelayanan, promosi, harga, serta kepuasan konsumen *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Data tersebut ditabulasi menggunakan program komputerisasi *Microsoft Office* berupa *Microsoft Excel* 2013 dan data diolah menggunakan memakai bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.0.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Pada penelitian ini, penulis memakai analisis statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel yang diuji dalam penelitian. Kemudian melakukan uji validitas dan reliabilitas, selain itu penulis juga memakai uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda serta dilakukan uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2018) menyatakan bahwa statistik merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum (*min*), nilai maksimum (*max*), nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi mengenai variabel independen dan dependen yang dijabarkan dalam bentuk statistik. Peneliti memakai alat bantu SPSS versi 25.0 untuk melakukan analisis deskriptif.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Valid tidaknya suatu item instrumen penelitian dapat dilihat dengan membandingkan indeks korelasi *product moment Pearson* dengan nilai signifikansi 5% dengan nilai kritis. Atau dengan kata lain dapat dibandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk derajat kebebasan (*degrees of freedom / df*) = $n - 2$, dengan n = jumlah sampel. Hasil uji validitas data menunjukkan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pada penelitian ini jumlah



sampel $n = 100$ dan besar df adalah $100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikansi 5%, maka diperoleh r tabel sebesar 0,165.

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

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuisioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel apabila jawaban terhadap pertanyaan kuisioner adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan batasan tertentu yaitu 0,6. Reliabilitas $< 0,6$ kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas $< 0,6$.

3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen, dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan melalui uji parametrik *one-sample kolmogrov-smirnov* untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yg digunakan pada penelitian ini artinya analisis grafik dan analisis data statistik dengan menggunakan *One Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)*. Dasar pengambilan keputusan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika *Asymp. Sig. (two-tailed)* $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Bila *Asymp. Sig. (two-tailed)* $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

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



Ghozali (2018:107) menyatakan bahwa uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi hubungan di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Salah satu untuk mengetahui terdapat/tidaknya multikolonieritas ini ialah menggunakan memakai *Variance Inflation Factor* (VIF) serta *Tolerance*. Nilai tolerance yg rendah sama menggunakan nilai VIF tinggi (sebab $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum digunakan untuk memberikan adanya multikolonieritas ialah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama menggunakan nilai $VIF \geq 10$.

Kriteria pengambilan keputusan merupakan menjadi sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau nilai $VIF \geq 10$, berarti terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau nilai $VIF \leq 10$, berarti tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Bila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas serta bila tidak sama disebut heteroskedastisitas. model regresi yang baik adalah yg homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji



heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* serta uji *Glejser*.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji heroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* artinya menjadi berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu pada grafik scatterplot SPSS, mirip titik-titik yang membuat pola tertentu (bergelombang, menyebar lalu menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa sudah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Bila nilai residual membentuk pola yang acak disekitar titik 0 atau titik-titik tersebut menyebar, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu buat lebih mempertegas penelitian ini, maka peneliti melakukan uji secara statistik menggunakan uji *Glejser* yg dimana Jika hasil signifikan buat seluruh variabel dengan nilai absolut residual > 0.05 maka artinya adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Ghozali (2018) menyatakan bahwa metode regresi linear berganda yaitu metode statistik untuk menguji pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat bertujuan untuk menghubungkan satu variabel terikat (dependen) dan beberapa variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan oleh penulis untuk menguji hipotesis adalah metode regresi linear berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi Linear Berganda menurut Siregar dan Syofian (2015) digunakan ketika satu variabel tak



bebas (*dependent*) dan dua atau lebih variabel bebas (*independent*). Pada

penelitian ini, digunakan model

Model persamaan regresi berganda ialah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Di mana a, b_1, b_2, b_3 adalah koefisien regresi atau parameter model.

Keterangan:

Y	= Kepuasan Konsumen
a	= Konstanta
b_1	= Koefisien regresi X_1
b_2	= Koefisien regresi X_2
b_3	= Koefisien regresi X_3
X_1	= Kualitas Layanan
X_2	= Harga
X_3	= Promosi
ε	= Error

Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) Uji F merupakan metode untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan mengambil nilai Sig F dengan $\alpha = 0.05$. Hasilnya dianalisis dengan cara:

- 1) Bila nilai Sig F $\geq \alpha$ (0.05), H_0 diterima maka model regresi tidak signifikan yang menunjukkan arti bahwa secara bersama-sama seluruh 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.



independen (variabel bebas) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat).

- 2) Bila nilai $\text{Sig } F \leq \alpha (0.05)$, H_0 ditolak maka model regresi signifikan adalah secara bersama-sama seluruh variabel independen (variabel bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat).

b. Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98) uji regresi secara parsial atau uji t ini digunakan untuk mengetahui bagaimana dampak masing-masing variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Kriteria pengambilan keputusan pada uji autokorelasi adalah menjadi sebagai berikut:

- 1) Bila nilai $\text{Sig} > 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen, serta kebalikannya
- 2) Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ maka ada pengaruh signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (*Adjusted R2*) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menandakan variasi variabel independen.

Dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R2* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Nilai R^2 yg kecil menggambarkan kemampuan variabel-variabel independen dalam mengungkapkan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi ialah $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:

- 1) Jika $R^2 = 0$, mengindikasikan bahwa contoh regresi yang terbentuk tidak sempurna, dimana variabel-variabel independen tidak dapat mengungkapkan variasi pada variabel dependen.
- 2) Bila $R^2 = 1$, mengindikasikan bahwa regresi yang terbentuk tepat, dimana variabel-variabel independen dapat mengungkapkan variasi dalam variabel dependen menggunakan sempurna.
- 3) Bila R^2 mendekati 1, semakin sempurna model regresi yang terbentuk untuk memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan buat memprediksi variabel dependen.

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

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 menggunakan 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)

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.