



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Bagian bab ini akan menguraikan berkaitan dengan metode penelitian, objek penelitian, desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, variabel dan pengukuran, teknik analisis data, teknik pengumpulan data, dan teknik pengambilan sampel.

Metode penelitian yang dipakai ialah secara kuantitatif dengan teori yang dilandaskan pada teori ahli. Objek penelitian yakni subjek penelitian yang dipakai sebagai dasar penelitian yang dituju. Desain penelitian yakni rangkaian dalam rancangan yang dipakai sebagai dasar penyusunan dan pengumpulan sebuah data yang dibutuhkan.

Populasi dan sampel menguraikan kategori populasi dan jumlah sampel sebagai perwakilan dalam penelitian. Variabel dan pengukuran menguraikan macam – macam variabel bebas dan terikat yang dipakai beserta skalanya. Teknik pengambilan sampel menguraikan cara untuk mengambil perwakilan sampel yang dimaksud berlandaskan teori ahli. Teknik pengumpulan data dipakai untuk cara memperoleh data yang dituju sebagai pelengkap informasi penelitian. Teknik analisis data dimaksudkan untuk cara yang dipakai dalam menganalisis dan mengolah data yang diperoleh melalui IBM SPSS *Statistic* 20.

#### 3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:2) pada buku *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, mengemukakan makna metode penelitian ialah suatu prosedur ilmiah yang dilakukan dalam menghasilkan data dalam penelitian dimana metode tersebut memiliki tujuan atau kegunaan tertentu. Maksud dari kata “cara ilmiah” berarti suatu penelitian yang dilakukan harus berdasarkan pada

karakteristik yang terdiri dari sistematis, rasional, dan empiris dalam bidang keilmuan.

Makna kata “rasional” ialah suatu observasi dilakukan secara logis sehingga mudah dipahami dan dijangkau oleh pembaca serta didukung dengan adanya berbagai teori yang mendasari suatu penelitian tersebut. Empiris berarti prosedur dalam observasi dapat dilakukan oleh panca indera manusia, dengan demikian orang lain dapat secara mudah menggunakan atau mengamati cara – cara tersebut. Sistematis berarti tahap – tahap yang menjadi proses dalam kegiatan penelitian bersifat masuk akal atau istilah lain ”logis” dan dilakukan secara sistematis.

Menurut Sugiyono (2019:16-17) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, pengertian metode penelitian secara kuantitatif yaitu suatu cara yang bertujuan untuk mengetahui dan mengukur banyaknya sampel dan populasi tertentu dalam sebuah penelitian. Dalam metode penelitian secara kuantitatif, pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian antara lain kuesioner, wawancara, observasi, ataupun survei. Untuk melakukan uji hipotesis yang sudah ditentukan dalam penelitian, maka analisis data yang dilakukan ialah data kuantitatif.

Sedangkan, metode penelitian kualitatif yaitu suatu bentuk dalam metode penelitian yang bersifat alami (naturalistik) karena dilakukan berdasarkan kondisi alamiah dan biasanya digunakan dalam penelitian di bidang antropologi budaya. Dalam metode penelitian, Peneliti akan menjelaskan mengenai objek, desain, teknik analisis data, variabel penelitian dan pengukuran, teknik pengambilan sampel, serta teknik pengumpulan data.

**© 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.



Penggunaan metode yang digunakan yakni secara kuantitatif dimana dimaksudkan untuk mengukur sampel dan populasi tertentu melalui alat bantu atau istilah lain disebut sebagai “instrumen” dalam penelitian berupa kuesioner sebagai pengumpulan data yang akan disebar dan diisi oleh beberapa responden.

Adapun responden yang dapat mengisi kuesioner tersebut adalah responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian. Hal tersebut dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang terdapat pada penelitian. Populasi atau sampel yang digunakan yaitu pelanggan yang pernah berkunjung dan mengonsumsi produk dan layanan KFC Kelapa Gading. Pada BAB III, akan dijabarkan secara terperinci penjelasan yang berkaitan dengan teori – teori dalam teknik analisis data yang diolah pada penelitian ini.

### Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:39), pengertian objek penelitian ialah suatu nilai, sifat, dan atribut yang digambarkan melalui subjek penelitian yakni responden atau orang, objek penelitian, dan beragam kegiatan tertentu yang dibuat oleh peneliti untuk diperoleh kesimpulan dan dipahami secara lebih lanjut atas penelitian tersebut.

Objek penelitian yang dipilih oleh Peneliti yaitu KFC Kelapa Gading yang berada di daerah Jakarta Utara. Tahap pengumpulan data akan dilakukan menggunakan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan dengan subjek penelitian berupa para pelanggan atau responden yang pernah membeli produk, berkunjung, dan menggunakan pelayanan di KFC Kelapa Gading, Jakarta Utara.





### 3.3

### Desain Penelitian (*Research Design*)

Peneliti menggunakan desain penelitian yang diperlukan dan dipergunakan untuk merancang dan merencanakan dalam proses penelitian yang dapat berjalan secara sistematis atau tertata baik.

Menurut Bougie dan Sekaran (2016:95) dalam buku *Research Methods for Business* menjelaskan bahwa desain penelitian (*research design*) adalah sebuah perencanaan dalam hal pengumpulan, pengukuran, dan menganalisis suatu data yang dibuat untuk dapat menjawab penelitian.

Menurut Schindler dan Cooper (2014:126-129) dalam *Business Research Methods: 12<sup>th</sup> Edition*, mengklasifikasikan 8 jenis desain penelitian yaitu sebagai berikut :

#### 3.3.1 *Degree of Research Question Crystallization* (Tingkat Perumusan Masalah)

Jenis desain penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan dan menguji hipotesis dalam penelitian sehingga bersifat formal.

#### 3.3.2 *Method of Data Collection* (Metode Pengumpulan Data)

Metode ini dapat diterapkan melalui proses komunikasi dalam penyebaran kuesioner dengan menggunakan aplikasi “*Google Form*” yang terdiri atas beberapa pertanyaan terkait penelitian dalam variabel – variabel yang digunakan antara lain kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui cara tersebut bertujuan guna memperoleh sumber data langsung dari responden atau dapat disebut sebagai data primer.

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

### 3.3.3 *Research Control of Variables* (Pengendalian Variabel – Variabel oleh Peneliti)

Teknik yang diterapkan dalam penelitian ialah metode *ex post facto study* yang berarti Peneliti tidak mempunyai kendali terhadap variabel yang diteliti. Faktor penyebabnya yakni peneliti tidak mampu memanipulasi variabel yang digunakan sehingga mereka cenderung untuk memberikan informasi atas apa yang telah atau sedang terjadi.

### 3.3.4 *The Purpose of The Study* (Tujuan Penelitian)

Jenis penelitian yang digunakan yakni tergolong berwujud “kausal” yang mana diperuntukkan dalam menguji tidak maupun adanya hubungan yang berpengaruh antara variabel - variabel yang akan diteliti lebih lanjut. Sementara itu, tujuan penelitian ini yakni mengidentifikasi ada tidaknya pengaruh hubungan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Dengan kata lain, tujuan penelitian ini ialah memprediksi pengaruh suatu variabel yang telah dimanipulasi terhadap variabel lain, sementara variabel - variabel lain diluar variabel yang diteliti tersebut dianggap konstan.

### 3.3.5 *The Time Dimension* (Dimensi Waktu)

Penelitian ini menggunakan tipe *cross sectional study* yakni suatu jenis penelitian yang hanya dapat dilakukan sekali untuk mewakili waktu tertentu.

### 3.3.6 *The Topical Scope* (Ruang Lingkup Topik)

Jenis penelitian ini tergolong ke dalam studi statistik karena tidak berfokus pada kedalaman studi, namun keluasan studi. Studi ini dapat membantu



untuk mengetahui karakteristik populasi yang didasarkan oleh ciri - ciri sampel. Adapun uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif.

### 3.3.7 *The Research Enviroment* (Lingkungan Penelitian)

Penggolongan dalam penelitian ini berupa *field studies* atau istilah lain disebut sebagai “studi lapangan”, yakni studi dimana objek dan subjek yang diteliti berada dalam suatu lingkungan yang nyata.

### 3.3.8 *Participant’s Perceptual Awareness* (Persepsi Peserta)

Subjek atau peserta dalam penelitian ini diharapkan tidak merasakan adanya penyimpangan, namun tidak dikaitkan dalam penelitian.

## 3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Bougie dan Sekaran (2017:53) dalam buku Metode Penelitian Bisnis Edisi 6 Buku 2, menjelaskan bahwa populasi ialah kelompok orang, hal - hal, atau kejadian menarik secara keseluruhan yang ingin diteliti oleh peneliti serta didasarkan pada statistik sampel yang ditentukan. Adapun populasi yang ditujukan dalam penelitian ini berupa konsumen yang pernah mengonsumsi dan membeli produk serta menggunakan layanan KFC Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Menurut Sugiyono (2019:127-133), menjelaskan bahwa sampel merupakan suatu komponen yang menggambarkan hal – hal yang berkenaan dengan karakteristik dan jumlah dalam populasi yang diteliti. Sampel penelitian yang akan digunakan harus representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel dipergunakan untuk mengetahui sampel dan jumlah yang akan diteliti. Berdasarkan hal tersebut, sampel yang dipakai untuk mewakili jumlah populasi konsumen KFC Kelapa Gading yakni sebanyak 185 sampel responden.





### 3.5

#### Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian yakni KFC Kelapa Gading, Jakarta Utara yang beralamat Jalan Boulevard Raya No.1, Kelapa Gading Timur, Kecamatan Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14240. Alasan pemilihan lokasi yakni peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa Gading. KFC Kelapa Gading termasuk salah satu KFC yang disukai oleh konsumen terlebih dalam segi produk mereka yang tidak mengecewakan dan pelayanan dalam bentuk fasilitas yang dapat dikatakan berbeda. Hal ini disebabkan KFC Kelapa Gading menyediakan layanan dalam bentuk fasilitas anak – anak yang hampir jarang ditemukan di *outlet* KFC lain.

#### Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Menurut Bougie dan Sekaran (2017:77) dalam buku Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6, pengertian variabel penelitian ialah segala sesuatu yang mampu mengubah maupun membedakan sebuah nilai yang dapat berubah - ubah dalam waktu yang sama pada objek atau orang yang berbeda, maupun periode yang sama pada objek atau orang yang sama.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga variabel yakni 1 variabel terikat dan 2 variabel bebas. Menurut Bougie dan Sekaran (2017:77), variabel terikat atau dependen sebagai variabel titik fokus dalam sebuah penelitian untuk dipahami, dideskripsikan, dijelaskan variabilitasnya, dan diprediksikan serta memiliki pengaruh terhadap variabel bebas. Sedangkan, menurut Bougie dan Sekaran (2017:79), variabel bebas atau independen yaitu

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3.6

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.

variabel yang mengakibatkan tumbuhnya perubahan bagi variabel terikat serta berpengaruh secara positif atau negatif.

Menurut Sugiyono (2019:68-69) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, pengelompokkan macam – macam variabel berisi variabel terikat dan variabel bebas. Variabel bebas atau istilah lain dikenal sebagai “variabel independen” merupakan faktor yang menjadi penyebab timbulnya perubahan dan memiliki pengaruh terhadap munculnya variabel dependen (variabel terikat). Sementara itu, istilah variabel terikat atau dependen yaitu variabel yang membentuk faktor sebagai pengaruh adanya variabel bebas. Selain itu, variabel yang ikut berpengaruh baik itu memperbesar ataupun memperkecil hubungan antara variabel terikat terhadap variabel bebas disebut sebagai variabel moderator.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yakni kualitas produk dan kualitas layanan, serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Setiap variabel mencakup beberapa item pertanyaan dalam bentuk indikator yang diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

### 3.6.1 Variabel Kualitas Produk

**Tabel 3.1**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (Garvin, 2016:134)	<i>Perfomance</i> (Kinerja)	Produk makanan dan minuman yang disajikan menggunakan bahan berkualitas dan aman.	Interval
		Porsi makanan dan minuman yang disediakan dapat dikonsumsi segala jenis usia.	Interval







<p style="text-align: center;"><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p style="text-align: center;">Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p style="text-align: center;">Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<i>Features</i> (Fitur Tambahan)	Adanya variasi menu makanan dan minuman yang menarik.	Interval
		Adanya berbagai fitur tambahan berupa beragam pilihan menu.	Interval
	Kehandalan (Reliabilitas)	Produk makanan dan minuman yang memuaskan konsumen.	Interval
		Harga produk makanan dan minuman sesuai dengan kualitas yang diberikan.	Interval
	Kesesuaian dengan Spesifikasi	Makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan pesanan.	Interval
		Kualitas makanan dan minuman yang disajikan sesuai standar ketentuan.	Interval
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Produk makanan yang disajikan tidak mudah rusak (basi).	Interval
		Beberapa produk makanan yang sudah dingin dapat dipanaskan kembali untuk dikonsumsi.	Interval
	<i>Esthetics</i> (Estetika)	Kemasan produk yang praktis dan menarik.	Interval
		Cara penyajian produk makanan dan minuman yang menarik.	Interval
	<i>Perceived Quality</i> (Kualitas yang Dipersepsikan)	Makanan dan minuman dapat diganti apabila terjadi kesalahan pemesanan.	Interval

### Dimensi dan Indikator Kualitas Produk

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2021



### 3.6.2 Variabel Kualitas Layanan

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan**


Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan dan Firmansyah, 2019:161)	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	Restoran memiliki fasilitas lahan parkir, kawasan khusus perokok, dan lain lain yang memadai.	Interval
		Karyawan menggunakan pakaian rapih dan sopan.	Interval
		Memiliki tempat nyaman dan terjaga kebersihan.	Interval
	Empati ( <i>Empathy</i> )	Karyawan dapat memahami kebutuhan konsumen.	Interval
		Karyawan peduli dengan konsumen.	Interval
		Karyawan mampu melayani konsumen secara baik dan profesional.	Interval
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Karyawan dapat menangani masalah pelayanan secara cepat.	Interval
		Layanan yang diberikan sesuai dengan prosedur dan standar yang ditentukan.	Interval
		Karyawan dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat dan baik.	Interval
		Karyawan tidak melakukan kesalahan pencatatan terutama pencatatan pemesanan.	Interval
	Cepat Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Karyawan dapat menangani keluhan konsumen dengan cepat, baik, dan sopan.	Interval
		Karyawan bersedia membantu konsumen.	Interval
		Karyawan melakukan pekerjaan dengan benar.	Interval
		Karyawan bersedia memenuhi permintaan konsumen.	Interval
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Karyawan mampu menciptakan rasa kepercayaan terhadap	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 mengemukakan 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)		pelayanan yang diberikan kepada konsumen.	
		Karyawan senantiasa menjaga sikap ramah dan sopan santun terhadap konsumen.	Interval

Sumber Data diolah oleh Peneliti, 2021

### 3.6.3 Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.3

#### Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Kepuasan Pelanggan (Bitner, Zeithaml, dan Gremler, 2018:81)	Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas produk dan layanan yang diberikan oleh KFC Kelapa Gading.	a) Apakah anda merasa puas dengan menu yang disajikan oleh KFC Kelapa Gading? b) Apakah anda merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh restoran cepat saji KFC Kelapa Gading?	Interval
	<i>Customer Emotions</i> (Emosi atau Perasaan Pelanggan)	Perasaan pelanggan terhadap produk dan layanan yang mempengaruhi kepuasan.	a) Apakah anda merasa senang dengan produk makanan dan minuman serta layanan yang diberikan oleh KFC Kelapa Gading?	Interval
	Atribut untuk Kesuksesan atau Kegagalan Layanan ( <i>Atributions for Service Success or Failure</i> )	Pelanggan merasa puas terhadap atribut yang didapatkan.	a) Apakah anda merasa puas dengan adanya berbagai macam cara untuk pemesanan yang disediakan oleh KFC Kelapa Gading? b) Apakah anda merasa puas dengan adanya berbagai macam metode pembayaran yang disediakan oleh KFC Kelapa Gading?	Interval
	<i>Perceptions of Equity of Fairness</i> (Persepsi tentang Keadilan)	Persepsi keadilan yang didapatkan oleh setiap konsumen KFC Kelapa Gading.	a) Apakah restoran cepat saji KFC Kelapa Gading telah memberikan produk dan layanan yang	Interval





<p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:        a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.        b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p>	<p><i>Other Customers, Family Members, and Coworkers</i> (Pelanggan Lain, Anggota Keluarga, dan Rekan Kerja)</p>	<p>Kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh adanya sumber informasi atau pengalaman yang didapatkan dari orang lain.</p>	<p>sesuai atau sebanding dengan biaya yang dikeluarkan?</p> <p>b) Apakah restoran cepat saji KFC Kelapa Gading telah memiliki standar atau pemberlakuan yang sama untuk mengatasi masalah dan keluhan para pelanggan secara adil?</p>	<p>Interval</p>
			<p>a) Setelah anda mengonsumsi produk yang diberikan oleh KFC Kelapa Gading, Apakah Anda setuju dengan pernyataan orang lain terhadap restoran cepat saji KFC Kelapa Gading?</p>	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2021

### 3.7

#### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti guna memperoleh data yang diperlukan yakni menggunakan teknik *nonprobability sampling* atau istilah lain disebut teknik pengambilan sampel nonprobabilitas. Teknik ini menggambarkan cara untuk memperoleh sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi sebagai sampel dalam penelitian. Metode *judgment sampling (purposive sampling)* diperuntukkan sebagai teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini.

Istilah metode *purposive sampling* merupakan suatu cara yang dilandaskan pada pertimbangan mana paling bermanfaat dan dipilih oleh peneliti sebagaimana berdasarkan pengetahuan suatu populasi, anggota – anggota, dan tujuan dari penelitian. Penelitian ini menggunakan populasi yakni konsumen KFC Kelapa

Gading daerah Jakarta Utara yang akan diambil sampel dengan ukuran sebesar 185 sampel.

Menurut Hair et al (2014:100) dalam buku *Multivariate Data Analysis* menyatakan bahwa penentuan ukuran sampel didasarkan pada jumlah sampel dengan maksimal 100 responden atau lebih besar serta memiliki setidaknya minimum lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan dalam kuesioner yang akan diteliti. Dengan kata lain, ukuran sampel akan diterima apabila memiliki rasio 10:1. Sedangkan, menurut Roscoe (2019:143 – 144) dalam Sugiyono menyatakan bahwa pengukuran sampel dikatakan bernilai “layak” apabila memiliki jumlah responden 30 sampai 500 sampel dengan syarat bahwa jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner menggunakan ukuran sampel 30 responden yang mana didapatkan dari minimal 10 kali dari jumlah 3 variabel yang dipakai dalam penelitian yaitu 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Sedangkan, pengujian terhadap uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji kuesioner dilakukan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Hair et al dalam buku *Multivariate Data Analysis* bahwa penelitian ini memiliki jumlah item pertanyaan sebanyak 37 indikator pertanyaan dari masing – masing variabel, kemudian dikalikan dengan 5 item bobot skor pada skala likert.

Sementara itu, teknik pengambilan sampel terhadap 185 sampel akan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel pertimbangan) dimana responden yang berhak untuk mengisi kuesioner ialah konsumen KFC Kelapa Gading, Jakarta Utara yang pernah mengonsumsi atau membeli produk

**© 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.



KFC Kelapa Gading, merasakan pengalaman dalam bentuk pelayanan yang diberikan oleh KFC Kelapa Gading, dan sudah berusia 17 tahun ke atas.

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

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik komunikasi diperuntukkan dalam pengumpulan data berbentuk alat bantu atau “instrumen” penelitian yang berisi beberapa pertanyaan berbentuk kuesioner yang diajukan oleh peneliti. Kuesioner tersebut akan mencakup beberapa item pertanyaan dalam bentuk indikator yang diolah melalui aplikasi *software IBM SPSS Statistic 20* dan skala pengukuran yang dipakai ialah skala Likert.

Definisi skala likert adalah suatu jenis pengukuran dalam teknik pengumpulan data yang didasarkan untuk mengetahui dan mengukur persepsi sekumpulan orang atau individu, pendapat, dan sikap terhadap suatu fenomena sosial serta diuraikan sebagai indikator variabel dan dibuat untuk mengukur seberapa besar pengaruh kuat subjek tersebut dalam menyetujui sebuah pertanyaan.

Adapun opsi dari jawaban atas beberapa pertanyaan akan diberikan nilai sebagai berikut :

- a. Opsi 1 = Sangat Tidak Setuju
- b. Opsi 2 = Tidak Setuju
- c. Opsi 3 = Ragu – Ragu
- d. Opsi 4 = Setuju
- e. Opsi 5 = Sangat Setuju

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara *online* melalui aplikasi *platform* berupa *google form* dan menggunakan jenis kuesioner berupa

### 3.8

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.



pertanyaan tertutup yaitu suatu bentuk pertanyaan dalam penelitian yang telah disusun secara sistematis berdasarkan teori dan variabel yang digunakan sebagai indikator oleh Peneliti dengan berbagai alternatif pilihan jawaban yang sudah ditentukan.

### Teknik Analisis Data

Tahap berikutnya ialah teknik analisis data yang dilakukan setelah penyebaran kuesioner dalam tahap pengumpulan data. Kemudian, peneliti melakukan pengolahan atas data tersebut untuk dianalisis lebih lanjut supaya membentuk beberapa informasi yang bermanfaat untuk dapat menjawab pertanyaan berdasarkan masalah yang terjadi. Dalam penelitian ini, hasil pengolahan data dikerjakan dengan alat bantu berupa aplikasi berbasis *software* komputer yaitu SPSS 20.0 untuk menganalisis data tersebut. Peneliti menggunakan beberapa teknik analisis data yang dijabarkan secara terperinci sebagai berikut :

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

##### a. Uji Kuesioner

##### 1) Uji Validitas (Validity Test)

Menurut Ghozali (2018:51) dalam buku Aplikasi Analisis *Multivariate*, menjelaskan bahwa uji validitas merupakan suatu pengujian yang dimaksudkan guna menilai sah atau tidak sah suatu kuesioner. Jikalau pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut mampu menunjukkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut bernilai “valid”.



Rumus yang dipakai dalam penelitian ini ialah rumus korelasi *Pearson Product Moment* seperti dibawah ini :

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

**Keterangan :**

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

X = Skor Pertanyaan dalam kuesioner

Y = Skor Total

Suatu indikator pernyataan bernilai tidak valid, apabila koefisien korelasi  $(r) \leq$  koefisien table r. Sedangkan, suatu indikator bernilai sah jikalau *Corrected Item – Total Correlation*  $> 0,361$  atau koefisien korelasi  $(r)$  yang didapat  $\geq$  koefisien table r pada *Product Moment*.

**2) Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2018:45-46), mengemukakan makna uji reliabilitas merupakan yakni pengujian yang dipergunakan untuk mengukur alat ukur atau skala sebagai indikator variabel atau konstruk penelitian. Alat ukur atau skala dinyatakan memiliki nilai yang reliabel atau dapat diandalkan apabila jawaban responden dari pertanyaan tersebut menunjukkan stabilitas dan kekonsistenan yang tidak mudah berubah dari periode ke periode lain.

Pengujian dalam reliabilitas (*reliability test*) dapat diukur melalui 2 cara, antara lain sebagai berikut :

- a) *Repeated Measure* atau pengukuran berulang yaitu suatu bentuk atau cara pengukuran dalam uji reliabilitas dengan memberikan





pertanyaan serupa terhadap responden dalam waktu yang berbeda. Selanjutnya, peneliti akan melihat dan meninjau apakah jawaban responden tersebut berubah atau tetap sama (konsisten).

- b) *One Shot* atau pengukuran yang dilakukan sekali saja yaitu suatu bentuk atau cara pengukuran yang dilakukan sekali saja dengan mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan. Dengan kata lain, hasil pengukuran tersebut akan dibandingkan dengan pertanyaan yang lain. Dalam sistem aplikasi SPSS, apabila *Cronbach's Alpha* bernilai sebesar  $> 0,70$  maka menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel bernilai reliabel.

Berikut ini adalah rumus dalam pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* seperti dibawah ini :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_{\frac{2}{b}}}{\sigma_{\frac{2}{t}}} \right]$$

**Keterangan :**

$r_{11}$  = reliabilitas alat ukur (instrumen)

$k$  = jumlah item dalam alat ukur (instrumen)

$\sum \sigma_{\frac{2}{b}}$  = ragam (*variance*) item alat ukur

$\sigma_{\frac{2}{t}}$  = ragam (*variance*) skor total instrumen

Reliabilitas dapat dikatakan mencukupi (*sufficient reliability*), jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $> 0,70$ . Namun, seluruh instrumen penelitian dan item reliabel memiliki reliabilitas bernilai kuat secara konsisten, jika *Cronbach's Alpha* sebesar  $> 0,80$ .

Selain itu, terdapat pula suatu kesimpulan yang menyatakan bahwa reliabilitas skala dinyatakan “sempurna”, jika *Cronbach's*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

*Alpha* sebesar  $> 0,90$ . Sedangkan, reliabilitas skala tergolong “tinggi”, apabila *Cronbach’s Alpha* memiliki nilai antara  $0,70 - 0,90$ . Tetapi, reliabilitas skala tergolong “rendah”, apabila *Cronbach’s Alpha* sebesar  $< 0,50$ . Hal ini disebabkan karena adanya kemungkinan satu atau lebih *item* bernilai tidak reliabel.

## b. Analisis Variabel

### 1) Analisis Rata – Rata Tertimbang

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur rata – rata dengan standar deviasi yang kecil sehingga mampu memperoleh skor rata – rata tertimbang yang lebih diinginkan.

Adapun perhitungan skor dilakukan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing – masing dibagi jumlah total frekuensi. Berikut ini adalah rumus perhitungan skor rata – rata tertimbang :

$$\bar{X} = \frac{\sum xi.fi}{\sum fi}$$

#### Keterangan :

$\bar{X}$  = skor *mean* tertimbang

$fi$  = frekuensi penelitian

$xi$  = bobot nilai atau skor 1 – 5

$\sum fi$  = jumlah responden

### 2) Rentang Skala

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa skala likert yang menghasilkan data interval. Menurut Sukaran dan Bougie dalam buku *Metode Penelitian Bisnis Edisi 6 (2019:19)*, pengertian

skala likert adalah suatu bentuk pengukuran dalam mengelola dan menguji responden sebagai subjek penelitian dalam menilai atau menyetujui sebuah pertanyaan. Setiap item pertanyaan diisi oleh responden yang dituju dengan skala likert 1 – 5. Masing – masing bobot skor memiliki nilai yang berbeda mulai dari yang terendah yakni angka 1 dan yang tertinggi yakni angka 5. Dengan kata lain, bobot skor bernilai 1 berarti “sangat tidak setuju” dan bobot skor bernilai 5 berarti “sangat setuju”.

Berikut adalah tabel 3.4 yang merupakan pengelompokan bobot skor dalam skala likert untuk masing – masing nilai pada setiap item pertanyaan dalam kuesioner :

**Tabel 3.4**  
**Bobot Skor dengan Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Tidak Berpendapat (TB)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Metode Penelitian Bisnis, Ukaran dan Bougie (2019:19)

Menurut tabel 3.4 dijelaskan bahwa setiap item pertanyaan dalam bentuk kuesioner memiliki nilai 1 – 5. Bobot nilai tersebut digunakan sebagai tolak ukur bagi responden untuk memilih jawaban atas setiap item pertanyaan dalam kuesioner secara mudah.

Perhitungan rata – rata (*mean*) nilai responden, maka digunakan rumus perhitungan “*range*” sebagai berikut :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

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

**Keterangan :**

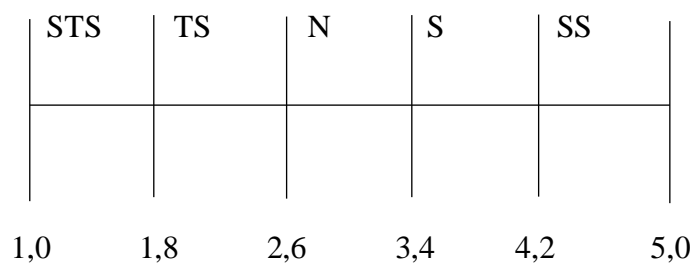
$m$  = nilai skor tertinggi

$n$  = nilai skor terendah

$b$  = banyaknya kategori

Seperti yang tercantum pada tabel 3.4 diatas, dijelaskan bahwa bobot nilai skor tertinggi yakni 5 artinya “sangat setuju” dan bobot nilai skor terendah yakni 1 artinya “sangat tidak setuju”. Di sisi lain, total keseluruhan kategori atau kelas yakni sebanyak 5 item, sehingga dapat dirumuskan dalam rentang skala menggunakan rumus *range* berikut ini :

$$R_5 = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$



Sehingga dapat ditentukan posisi keputusan sebagai berikut :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3.5

## Rentang Skala Posisi Keputusan

Alternatif Jawaban	Rentang Skala
Sangat Setuju (SS) = 5	4,21 – 5,00
Setuju (S) = 4	3,41 – 4,20
Tidak Berpendapat (TB) = 3	2,61 – 3,40
Tidak Setuju (TS) = 2	1,81 – 2,60
Sangat Tidak Setuju (STS) = 1	1,00 – 1,80

Sumber : Digunakan untuk penelitian ini.

### c. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:95-96) dalam buku Aplikasi Analisis Multivariate, analisis regresi linier berganda dinyatakan sebagai suatu cara dalam analisis data yang ditujukan untuk mengukur sejauh mana pengaruh besarnya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diukur dalam rasio atau istilah lain disebut skala interval. Dalam analisis regresi linier berganda memiliki dua atau lebih variabel bebas dan satu terikat.

Berdasarkan definisi diatas, kesimpulan yang diperoleh ialah peneliti menggunakan analisis regresi berganda yang meliputi adanya satu variabel terikat dan dua variabel bebas dalam penelitian ini. Penelitian ini ditujukan untuk menguji hubungan antara variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ) terhadap variabel terikat (Y) dalam judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) KFC Kelapa Gading.”



Persamaan untuk analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan dalam model berikut ini :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

**Keterangan :**

$Y$  = Variabel Terikat → Variabel Kepuasan Pelanggan

$\beta_0$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel bebas  $X_1$

$X_1$  = Variabel Bebas → Variabel Kualitas Produk

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel bebas  $X_2$

$X_2$  = Variabel Bebas → Variabel Kualitas Layanan

$e$  = *error*

## 1) Uji Asumsi Klasik

### a) *Normality Test* (Uji Normalitas)

Menurut Ghozali (2018:161), *normality test* atau istilah lain uji normalitas dinyatakan sebagai suatu bentuk pengukuran dalam melakukan pengujian terhadap normalitas data yang berdistribusi tidak normal maupun normal pada model regresi dengan residual atau istilah lain dimaknai “variabel pengganggu”. Terdapat dua faktor penyebab terjadinya kasus normalitas umum yaitu sebagai berikut :

- i) Penyebaran data residual dapat dinyatakan menjadi tidak normal apabila memiliki nilai himpunan data yang jauh dalam model regresi.
- ii) Terdapat data yang pada dasarnya tidak berdistribusi normal.

Dari kedua pernyataan diatas, maka pengujian normalitas residual dapat diolah memakai uji statistik nonparametik *One Sample Kolmogorov* –



Smirnov (1 Sample K-S) dalam aplikasi IBM SPSS *Statistic* 20. Hasil pengujian tersebut membentuk dua hipotesis dibawah ini :

- i)  $H_a$  = data residual tidak berdistribusi secara normal.
- ii)  $H_o$  = data residual berdistribusi secara normal.

Dasar kriteria keputusannya dengan signifikan ( $\alpha = 5\%$ ) atau  $\alpha = 0.05$ , dapat disimpulkan berikut ini :

- i) Data berdistribusi normal : Jika  $p\text{-value} > \alpha (0,05)$
- ii) Data tidak berdistribusi normal : Jika  $p\text{-value} < \alpha (0,05)$

Menurut Ghozali (2018: 163) ,dasar pengambilan keputusan terdiri dari 2 yaitu sebagai berikut :

- i) Asumsi normalitas pada model regresi dapat dinyatakan terpenuhi, apabila pola distribusi normal terhadap data mengikuti arah garis diagonal dan tersebar di sepanjang garis tersebut.
- ii) Asumsi normalitas pada model regresi dapat dinyatakan tidak terpenuhi, apabila pola distribusi normal terhadap data tidak mengikuti arah garis diagonal dan tersebar jauh secara acak dari garis tersebut.

#### b) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas diharapkan dengan asumsi multikolinearitas tidak terjadi, sehingga dilakukan pengujian terhadap tidak ada ataupun adanya korelasi antar variabel independen. Variabel – variabel mampu dinyatakan tidak orthogonal, apabila variabel bebas berkorelasi. Hal ini disebabkan oleh adanya nilai korelasi antarvariabel independen bernilai sama dengan nol



pada variabel bebas. Dari pernyataan diatas, maka dapat dibentuk hipotesis yaitu :

- i)  $H_0$  = tidak terdapat multikolinearitas.
- ii)  $H_a$  = terdapat multikolinearitas.

Kesimpulan yang menjadi dasar untuk pengambilan keputusan yakni :

- i) Nilai *Tolerance*  $< 0,1$  dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $> 10$  :  
Terjadi multikolinearitas.
- ii) Nilai *Tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $< 10$  :  
Tidak terjadi multikolinearitas

### c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), mengemukakan pengujian ini adalah suatu bentuk pengukuran yang memiliki tujuan dalam menguji terjadinya perbedaan varian pada residual satu pengamat dengan pengamat lain dalam model regresi. Istilah “Homoskedastisitas” dinyatakan terjadi apabila residual antara satu observasi ke observasi lain memiliki variansi bernilai sama. Sebaliknya, istilah “Heteroskedastisitas” dinyatakan terjadi apabila residual antara satu observasi ke observasi lain memiliki variansi bernilai berbeda atau tidak sama.

Terdapat dua hipotesis yang menyatakan suatu model regresi dapat bernilai baik yaitu sebagai berikut :

- i)  $H_0$  = tidak terdapat heteroskedastisitas.
- ii)  $H_a$  = terdapat heteroskedastisitas.





#### d) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107), menyatakan bahwa pengujian ini merupakan bentuk pengukuran yang diperuntukkan dalam model regresi untuk menguji apakah linier memiliki korelasi dengan keterkaitan antara residual dalam waktu  $t$  dengan waktu sebelumnya ( $t-1$ ). Uji autokorelasi disebabkan oleh adanya nilai residual dari satu pengamat ke pengamat lain yang tidak bebas.

Istilah “*problem* autokorelasi” dapat dinyatakan terjadi oleh adanya suatu korelasi. Model regresi dinyatakan bernilai baik, jikalau bebas dari adanya autokorelasi. Uji Durbin – Watson dipergunakan untuk menguji autokorelasi melalui aplikasi IBM SPSS *Statistic* 20. Hipotesis yang dapat dibentuk sebagai berikut :

- i)  $H_0 =$  tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )
- ii)  $H_a =$  ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Berdasarkan dua bentuk hipotesis tersebut maka dapat dinyatakan dalam pengambilan keputusan ada atau tidak ada autokorelasi sebagai berikut:

- a) Deteksi Autokorelasi Negatif
  - i) Ada autokorelasi negatif : Apabila  $(4 - dw) > dL$ .
  - ii) Tidak ada autokorelasi negatif : Apabila  $4 - dL < d < 4$ .
  - iii) Pengujian tidak dapat disimpulkan (tidak menyakinkan) : Jika  $4 - du \leq d \leq 4 - dL$ .
- b) Deteksi Autokorelasi Positif
  - i) Ada autokorelasi positif : Apabila  $dw > dL$ .
  - ii) Tidak ada autokorelasi positif : Apabila  $0 < d < dl$ .



iii) Pengujian tidak menyakinkan (tidak dapat disimpulkan) : Jika  $dL \leq dw \leq dU$ .

#### e) Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) menyatakan bahwa uji keberartian model dimaksudkan untuk membuktikan apakah segala variabel bebas dalam model regresi secara bertepatan berpengaruh atas variabel terikat.

Dalam analisis, hipotesis statistik yang dapat terbentuk dalam penggunaan uji keberartian model (uji F) yakni :

- i)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- ii)  $H_a : \text{tidak semua } \beta_1 = 0$

Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai pada F tabel dengan nilai pada F hasil, sehingga kriteria yang terbentuk yakni :

- i)  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima : Bila nilai F hitung < nilai F tabel.
- ii)  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak : Bila nilai F hitung > nilai F tabel.

#### f) Uji t (Uji Signifikan Koefisien)

Menurut Ghozali (2018:98) mengemukakan bahwa uji t merupakan suatu bentuk pengukuran yang dimaksudkan untuk menafsirkan pengaruh masing – masing antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah penelitian.



Dalam analisis, hipotesis statistik yang dapat terbentuk dalam penggunaan uji signifikan koefisien (uji t) yakni :

- i)  $H_{01} = \beta_1 = 0$  ,  $H_{02} = \beta_1 > 0$
- ii)  $H_{a1} = \beta_1 > 0$  atau  $H_{a2} = \beta_2 > 0$

Berdasarkan perumusan dimaknai variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel bebas (independen) yang signifikan. Berdasarkan tabel *Coefficients* dalam kolom sig (*significance*) dapat dilihat hasil uji t dengan kriteria sebagai berikut :

- i)  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima : Bila t hitung < t tabel dengan tingkat signifikansi <  $\alpha$  (0,05), sehingga secara individual dikatakan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- ii)  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak : Bila t hitung > t tabel dengan tingkat signifikansi <  $\alpha$  (0,05), sehingga secara individual dikatakan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

### g) Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Menurut Ghazali (2018:97), mengemukakan uji  $R^2$  yakni suatu bentuk pengukuran yang dipergunakan untuk mengetahui dan mengukur sebesar dan sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat. Uji  $R^2$  bernilai antara 0 dan 1. Berikut ini adalah penjelasan untuk hipotesis dalam  $R^2$  sebagai berikut :

- i)  $R^2 = 0$  berarti variabel bebas (X) tidak mampu menjelaskan variabel terikat (Y).
- ii)  $R^2 = 1$  berarti variabel bebas (X) mampu menjelaskan variabel dependen (Y).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie