



BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah kualitas layanan, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan pada Shopeefood, sedangkan subjek penelitian ini adalah pengguna Shopee yang pernah menggunakan layanan Shopeefood lebih dari satu kali di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:148-152), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bias ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu;

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, studi penelitian dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan suatu penelitian, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur dan sumber data yang tepat.

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



2. Metode 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.
- Dalam metode pengumpulan data, terdapat dua metode yaitu menggunakan metode pengamatan (*monitoring*) dan studi komunikasi (*communication study*). Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode studi komunikasi, yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subyek penelitian dan mengumpulkan respon berdasarkan makna personal ataupun umum.

3. Kontrol Penelitian Terhadap Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang berdesain *ex post facto*, karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel dalam arti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya dan hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi mapupun yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi kausal eksplanatori, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y). Peneliti ingin menguji apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan pelanggan pada Shopeefood.

5. Dimensi Waktu

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan mencerminkan gambaran dari satu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Dalam hal cakupan topik terdapat 2 klasifikasinya, yaitu studi statistik dan studi kasus. Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam



penelitian ini akan diuji secara kuantitatif yang berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Dalam penelitian ini didasarkan pada kondisi lingkungan aktual, karena penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, dimana data-data yang didapat secara langsung dari responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Pada penelitian ini, kesadaran para partisipan yang ikut dalam mengisi kuesioner penelitian ini dalam keadaan peserta tidak merasa adanya penyimpangan dalam rutinitas kegiatan kesehariannya sampai dengan peserta yang merasa ada penyimpangan tetapi tidak berkaitan dengan penelitian.

C. Variabel Penelitian

Pengertian *variabel* menurut Cooper dan Schindler (2017:64) merupakan simbol dari suatu kejadian, tindakan, karakteristik, atribut, maupun perlakuan yang dapat diukur dan dapat diberikan penilaian. Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel, diantaranya yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan (Y), dan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X_1) dan promosi penjualan (X_2). Berikut merupakan definisi dan pengukuran yang digunakan oleh masing-masing variabel.

1. Variabel Kualitas Layanan

Variabel Kualitas Layanan dijabarkan dalam tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1

Indikator dan Item Pernyataan Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan (sumber diadaptasi dari Adeline, 2022)	Bukti fisik	<i>Driver</i> ShopeeFood berpenampilan rapi dan profesional.	Interval
	Keandalan	<i>Driver</i> ShopeeFood memberikan pelayanan yang baik secara konsisten.	Interval
	Daya tanggap	<i>Driver</i> ShopeeFood mengantarkan pesanan dengan cepat.	Interval
		<i>Driver</i> ShopeeFood selalu memberikan respon yang baik dalam menanggapi pemesanan melalui aplikasi.	
	Jaminan	<i>Driver</i> ShopeeFood selalu sopan dalam memberikan pelayanan.	Interval
		Saya merasa aman pada saat bertransaksi dengan <i>driver</i> ShopeeFood.	
	Empati	<i>Driver</i> ShopeeFood memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian.	Interval
		Waktu operasi 24 jam dari ShopeeFood memudahkan	Interval

© 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.



Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
		saya dalam memesan makanan	

2. Variabel Promosi Penjualan

Variabel Promosi Penjualan dijabarkan dalam tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2

Indikator dan Item Pernyataan Promosi Penjualan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Promosi Penjualan (sumber diadaptasi dari Mulyani, 2021)	Frekuensi promosi	Saya membeli makanan atau minuman di Shopeefood karena melihat promosi iklan di media sosial.	Interval
	Kualitas promosi	Promosi yang dilakukan Shopeefood memiliki efek yang besar bagi pelanggan	Interval
		Shopeefood memberikan kualitas yang baik dalam promo penjualannya	
	Kualitas promosi	Promosi yang diadakan Shopeefood menarik minat pelanggan untuk bertransaksi melalui Shopeefood.	Interval
Waktu promosi	Promosi yang diberikan Shopeefood dapat digunakan dengan jangka	Interval	

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.



Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
		waktu yang telah ditentukan.	
	Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi	Shopeefood melakukan promosi yang cocok untuk semua kalangan	Interval
		Menurut saya promosi yang dilakukan Shopeefood pada hari besar akan menambah minat pelanggan untuk melakukan pembelian makanan atau minuman di Shopeefood.	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel dijabarkan dalam tabel 3.3 berikut :

Tabel 3.3

Indikator dan Item Pernyataan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Kepuasan Pelanggan (sumber diadaptasi dari Agustino, 2020)	Fitur produk dan layanan	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Shopeefood	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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
	Emosi konsumen	Saya merasa puas karena pelayanan yang saya dapatkan sesuai dengan apa yang dijanjikan Shopeefood	Interval
	Atribut kesuksesan atau kegagalan layanan	Saya puas karena pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi Shopeefood sangatlah mudah dan sistem pembayaran yang terjamin	Interval
	Persepsi keadilan	Saya merasa puas karena pelayanan yang saya dapatkan sama dengan pelanggan Shopeefood lainnya	Interval
	Pelanggan lain, anggota keluarga dan rekan kerja	Saya puas saat menggunakan Shopeefood karena sesuai dengan informasi yang saya terima dari pelanggan lain	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dirnana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap



elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pemilihan sampling yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (*judgement sampling*). Menurut Sekaran dan Bougie (2017:68), metode pengambilan sampel dalam *judgement sampling* digunakan jika jumlah atau kategori orang tertentu memiliki informasi yang dicari terbatas. Adapun kriteria responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan Kualitas Layanan dan Promosi penjualan pada *e-commerce* Shopeefood.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data yaitu dengan cara melakukan metode komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara online melalui *google form* kepada para responden yang pernah menggunakan dan memesan di aplikasi Shopeefood.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden yang pernah menggunakan dan memesan di aplikasi Shopeefood.

F. Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebarkan, data-data yang didapatkan dari menyebar kuesioner harus diolah dan dalam penelitian ini, data-data tersebut diolah dengan menggunakan software SPSS.

Untuk menganalisis data dan mengukur seberapa besar Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi penjualan terhadap Kepuasan pelanggan pada *e-Commerce* Shopeefood Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:



1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

Dalam menentukan keputusan uji validitas, peneliti menggunakan rumus perhitungan *Pearson Product Moment*, taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai r tabel yaitu 0,361. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Kolerasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = Nilai pertanyaan/*item*

Y = Skor total responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronvach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut :



$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan

σ_b^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

X = Nilai skor yang dipilih

n = Jumlah sampel

3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner yaitu jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$F_{r_1} = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

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



Hak Cipta 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.

Keterangan:

f_{r1} = Frekuensi alternatif ke- i setiap kategori

$\sum f_i$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = Total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut, Mean dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-Rata Hitung

x_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

c. Rata-Rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memerhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang/bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i f_i}{\sum f_i}$$



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.

Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata tertimbang

x_i = Nilai data ke- i

f_i = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

d. Rentang skala

Dalam pengukuran data kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2017:327), skala Likert adalah variasi yang paling sering digunakan dari skala penilaian yang dijumlahkan. Skala penilaian yang di jumlahkan (summated rating scales) terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan baik sikap mendukung dan tidak mendukung terhadap obyek kepentingan. Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan.

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel, rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4

Skala Interval

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4

Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam menghitung skala penelitian digunakan rentang skala, yaitu sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

$$Skala = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

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

Keterangan :

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Dengan skor terbesar 5 dan skor terkecil 1, dengan jumlah kategori ada 5, maka dapat ditentukan skalanya, yaitu sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



STS	TS	N	S	SS
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2018:154), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov-Sminov. Kriteria untuk menentukan apakah data residual berdistribusi normal adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 berarti data residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual

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.



satu pengamatan ke pengalaman yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0.10 atau nilai VIF < 10 .

- (1) Jika nilai *tolerance* > 0.10 atau VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinearitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi menurut Sekaran dan Bougie (2017:139), Analisis regresi berganda adalah teknik multivariat yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$



Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X_1 = Kualitas layanan

X_2 = Promosi penjualan

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel Kualitas layanan

β_2 = Koefisien regresi variabel Promosi penjualan

e = Error

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F dapat dikenal dengan Uji Anova, yaitu uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam pengambilan dasar keputusan uji F harus dibandingkan dengan nilai signifikansi F (Sig-F) dengan 0.05, hipotesisnya sebagai berikut :

(1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

(2) $H_a : \text{Paling sedikit ada satu dari } \beta_1 \neq 0 ; i = 1, 2$

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

(a) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.

(b) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

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.



Uji T menurut Ghozali (2018:98), digunakan untuk menunjukkan seberapa

jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat.

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan

atau tidak adalah sebagai berikut:

(1) Taraf signifikansi/Sig. t ($\alpha = 0.05$).

(2) Jika nilai Sig. t < 0.05 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

(3) Jika nilai Sig. t > 0.05 maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2018: 97), koefisien determinasi pada intinya

mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil

berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel

terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

(1) $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

(2) $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie