



BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah *Souvenir Sweet Little Stuff* yang dijual melalui media sosial instagram. Subjek yang dituju dalam penelitian ini merupakan para pelanggan *souvenir Sweet Little Stuff* yang sudah pernah membeli produk *souvenir* kanvas.

B. Desain Penelitian

Menurut Silaen (2018:23) desain penelitian merupakan desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Selanjutnya, penelitian ini berjenis penelitian eksplanatori, yang berarti penelitian verifikasi yang bertujuan untuk menguji suatu kebenaran melalui pengujian hipotesis mengenai sebab akibat antara variable yang dipilih atau diteliti (Silaen, 2018).

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Peneliti ini termasuk ke dalam penelitian formal, dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang telah diajukan

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek yang kemudian mengumpulkan jawaban atas pertanyaan kuisioner tersebut.

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. Kontrol Penelitian Terhadap Variabel

Berdasarkan kemampuan penelitian untuk memanipulasi variabel, pengendalian variabel memandang aspek kemampuan penelitian untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibedakan menjadi eksperimen dan *ex post facto* study. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study*, dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. peneliti tidak melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif – *causal* yang menggambarkan penelitian pelanggan yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan dan berapa banyak. Dalam penelitian *causal* peneliti mengamati dan menjelaskan mengenai hubungan antar variabel. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan souvenir Sweet Little Stuff melalui media sosial instagram.

5. Dimensi Waktu

Menurut dimensi waktu, penelitian ini adalah menggunakan *cross-sectional (cross sectional study)* dimana data dikumpulkan dalam rangka pertanyaan dan pengumpulan data hanya terjadi satu kali pada saat kuisioner kepada responden.

6. Cakupan Topik

Dalam penelitian ini, digunakan studi statistik (*statistical study*) dengan cakupan lebih luas namun bukan lebih mendalam yang bertujuan untuk menangkap karakteristik

populasi dengan membuat kesimpulan dari sampel dan hipotesis. Kesimpulan juga diambil dari karakteristik sampel dan pengujian hipotesis secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lingkungan aktual (*field condition*) dikarenakan penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dan cara menyebarkan kuesioner melalui responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuesioner dapat mempengaruhi penelitian ini secara tidak langsung. dalam penelitian ini persepsi responden yang diusahakan adalah persepsi yang nyata yang tidak ada penyimpangan pada rutinitas kesehariannya

C. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68), variable penelitian adalah atribut, sifat serta nilai dari kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua jenis variable yaitu variable terikat (*dependent variable*) dan variable bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas layanan (X₁) dan Persepsi harga (X₂). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.





1. Kualitas Layanan (X1) :

Berdasarkan Kasmir (2017:64) kualitas layanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan layanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Pengukuran variabel kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui lima dimensi beserta butir pertanyaan yang disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Reliability	Keandalan dalam menangani permasalahan konsumen	Dalam media sosial instagram ini, <i>Souvenir Sweet Little Stuff</i> mampu menangani permasalahan pelanggan dengan baik	Likert
	Memberikan layanan yang baik sejak pertama kali	Dalam media sosial instagram ini, <i>Souvenir Sweet Little Stuff</i> memberikan layanan yang baik secara konsisten	Likert
	Memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan	Dalam media sosial instagram ini, <i>Souvenir Sweet Little Stuff</i> menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu sesuai estimasi yang dijanjikan	Likert
Responsiveness	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	Dalam media sosial instagram ini, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu	Likert
	Kesediaan waktu untuk membantu konsumen	Dalam media sosial instagram ini, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> selalu bersedia untuk membantu saya	Likert
	Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen	Dalam media sosial instagram ini, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> selalu siap untuk menanggapi permintaan pesanan saya	Likert



C Hak cipta

Assurance

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Empathy

Tangibles

Karyawan Sweet Little Stuff mampu menanamkan kepercayaan pada konsumen	Dalam media sosial instagram ini, perilaku Karyawan <i>Souvenir Sweet Little Stuff</i> mampu menumbuhkan kepercayaan pada pelanggan	<i>Likert</i>
Membuat konsumen merasa aman dalam bertransaksi	Dalam media sosial instagram ini, saya merasa aman saat bertransaksi dengan admin <i>souvenir Sweet Little Stuff</i>	<i>Likert</i>
Sweet Little Stuff memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Dalam Media sosial instagram ini, <i>Souvenir Sweet Little Stuff</i> memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan pelanggan	<i>Likert</i>
Karyawan yang penuh kepedulian dengan konsumen	Dalam Media sosial instagram, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian	<i>Likert</i>
Mengutamakan kepentingan terbaik konsumen	Dalam media sosial instagram, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> mengutamakan kepentingan Pelanggan	<i>Likert</i>
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	Dalam media sosial instagram, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> memahami kebutuhan saya	<i>Likert</i>
Peralatan yang modern	Dalam media sosial instagram, <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> menggunakan peralatan modern untuk memudahkan pemesanan	<i>Likert</i>
Karyawan berpenampilan rapih dan professional	Karyawan Sweet Little Stuff berpenampilan rapih dan menarik	<i>Likert</i>

Sumber : Kotler & Keller dalam tia malinda (2017)

Persepsi Harga (X₂) :

Harga merupakan Salah satu komponen bauran pemasangan yang dihasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya tidak. Harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksud dari produk atau perusahaan pada pasar.

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 Bashu Swastha (2020) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan jumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Pengukuran variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Harga

Indikator	Butir pertanyaan	Skala
Keterjangkauan Harga	Dalam media sosial instagram ini, harga yang ditawarkan <i>souvenir</i> Sweet Little Stuff sangat terjangkau	<i>Likert</i>
Kesesuaian Harga dengan kualitas produk	Dalam media sosial instagram ini, harga yang ditawarkan <i>souvenir</i> Sweet Little Stuff sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan	<i>Likert</i>
Daya saing harga	Dalam media sosial instagram ini, harga yang ditawarkan layanan <i>souvenir</i> Sweet Little Stuff bersaing dengan merek lain	<i>Likert</i>
Kesesuaian harga dengan manfaat	Dalam media sosial instagram ini, harga yang ditawarkan <i>souvenir</i> Sweet Little Stuff sesuai dengan manfaat yang dirasakan	<i>Likert</i>

Sumber : Diadaptasi dari Tjiptono (2015) dalam winata (2020)

3. Kepuasan Pelanggan (Y) :

Kepuasan pelanggan menurut Daryantor (2019) keputusan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari pelanggan setelah pelanggan menggunakan produk dimana harapan



dari kebutuhan pelanggan yang menggunakan terpenuhi. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini melalui empat dimensi beserta butir pertanyaan yang disajikan pada tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Persepsi Harga

Indikator	Butir pertanyaan	Skala
kesetiaan pelanggan	pelanggan akan tetap setia membeli produk <i>souvenir Sweet Little Stuff</i>	<i>Likert</i>
Membeli produk yang ditawarkan	pelanggan akan membeli saat diperkenalkan produk baru dari <i>souvenir sweet little stuff</i>	<i>Likert</i>
merekendasikan produk	pelanggan akan merekomendasikan produk ke orang lain untuk membeli <i>souvenir Sweet Little Stuff</i>	<i>Likert</i>
Perubahan Harga	pelanggan akan tetap membeli jika harga yang ditawarkan <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> sewaktu - waktu akan berubah	<i>Likert</i>
Feedback pelanggan	pelanggan bersedia memberikan feedback agar produk <i>souvenir Sweet Little Stuff</i> lebih baik lagi	<i>Likert</i>

Sumber : Diadaptasi dari Kotler & Keller dalam Jerry (2022)

D. Teknik Pengambilan Sampel.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau yang juga disebut pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampelnya dilakukan berdasarkan kriteria penelitian yakni pelanggan pemakai produk *Souvenir Sweet Little Stuff*

Hak Cipta Ditundangi Undang-Undang
Hak Cipta milik BIKKG (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 BIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



Pengambilan sampel tersebut membutuhkan setidaknya 100 balasan, jika lebih dari itu maka akan lebih baik. Jumlah responden sebaiknya memiliki lima kali lebih banyak daripada jumlah pertanyaan yang dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih baik jika memiliki rasio 10:1. Karena penelitian ini terdapat 26 pertanyaan, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan $3 \times 10 = 100$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut sugiyono (2017 : 137) dalam Jerry, (2022) sumber primer suatu data yang diberikan langsung kepada pengumpul data. pengumpul data yakni data dilakukan dengan cara wawancara (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya.

Berdasarkan Sugiyono (2017 : 142) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk dapat dijawab penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara bertemu atau melalui digitalv kuesioner (*google form*).

Skala pengukuran data yang digunakan yaitu skala likert, skala likert merupakan skala yang dapat mengukur suatu persepsi dan pendapat seseorang terhadap fenomena sosial. maka variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan yang berupa pertanyaan yang terdapat 5 pilihan untuk menjawab kuesioner yang menggunakan skala likert.

Tabel 3. 4

Skala Likert pada Kuesioner

NO	JAWABAN	SINGKATAN	BOBOT
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4

1. Dilarang menyalin atau menyebarkan tulisan ini kepada pihak lain tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu cara bagaimana menemukan suatu data dan mengola data secara struktur dari berbagai cara seperti hasil pertanyaan secara langsung kepada responden dan data - data informasi pendukung untuk penyebaran kuesioner berupa pertanyaan. untuk itu teknik analisis data yang diaplikasikan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda dengan pendukung Software SPSS 20 Pengujian penelitian dengan olah data SPSS 20 dengan Tahapan :

1. Uji Validitas

Pada pengujian validitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner tersebut sesuai dengan tolak ukur dan apakah pertanyaan yang diberikan valid atau tidak.(Ghozali 2018) dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel dapat dilihat apakah r hitung > r tabel, yang menandakan pertanyaan dan variabel tersebut valid, namun apabila nilai r hitung < nilai r tabel maka pertanyaan maupun variabel tersebut tidaklah valid.

Adapun rumus untuk menentukan besarnya nilai r adalah :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2) - (\sum X)^2(N(\sum Y^2) - (EY)^2)}} \tag{3.1}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

x = Skor variable atau jawaban dari responden

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



y = Skor total dari variable (jawaban responden)

2. Uji Reliabilitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada pengujian ini dilakukan sebagai tolak ukur atau standar dari hasil kuesioner yang dilakukan, dimana penggunaannya dilakukan secara berkali kali sehingga jawaban yang didapan konsisten setiap saat. perhitungan pengujian dilakukan dengan metode *cronbach alpha* dalam melihat reliabilitas pengambilan keputusan. apabisa hasil perhitungan *cronbach alpha* > 0.70 maka variabel dianggap reliable atau handal, sebaliknya, apabila koefisien *cronbach alpha* < 0.70 maka variabel tidak reliabel atau handal (Ghozali et al 2018.) *cronbach alpha* (α) dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrument *Likert* (1 sampai 5) (Usman,2020). Untuk menemukan α dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right) \quad (3.2)$$

Keterangan :

k = Banyaknya item pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Ragam Item

S_t^2 = Ragam Total

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



3. Analisis Deskriptif

Berdasarkan Cooper & Schindler (2014) dalam Jerry, (2022) analisis deskriptif berfungsi untuk gambaran pusat, bentuk distribusi data untuk mendeskripsikan suatu data, analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini antara lain yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Rata – Rata Hitung (*Mean*)

Rata rata hitung adalah nilai yang diperoleh dari hasil data dibagi dengan banyaknya data yang tersedia (Usman,2020). Rata – rata hitung diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (3.3)$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata - rata hitung

X_i = Skor / nilai pertanyaan ke i

n = Banyaknya pertanyaan

b. Selang kepercayaan 95%

Selang kepercayaan digunakan sebagai perkiraan populasi dari sebuah sampel menggunakan metode statistik tertentu dalam sebuah rentang yang telah ditentukan. Tingkat kepercayaan yang paling banyak digunakan merupakan 95%. Pada menghitung rata rata dan proporsi digunakan untuk mendapatkan selang kepercayaan dari pengurangan dan penambahan standard error kepada nilai distribusi standard

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.



Untuk ukuran sampel dan factor interval selang kepercayaan memiliki hubungan bertolak belakang, dengan sampel yang tinggi, maka *margin of error* menjadi rendah. Hal ini memberikan peneliti indikasi bahwa sampel yang tinggi akan menghasilkan *margin of error* yang rendah atau semakin akurat hasilnya. Untuk menghitung tingkat kepercayaan, harus memiliki standard deviasi yang dirumuskan dalam persamaan berikut:

$$n = \left[\left(\frac{Z^* \sigma}{MOE} \right)^2 \right] \quad (3.4)$$

Keterangan :

MOE = Margin of Error

σ = Standar Deviasi Populasi

Z^* = Nilai distribusi Z sesuai dengan tingkat kepercayaan yang ditentukan

n = Jumlah sampel

Setelah didapatkan standard deviasi (σ), perhitungan *confident level* dapat dicari menggunakan persamaan berikut:

$$\bar{x} \pm Z * \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \quad (3.5)$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata rata Sampel

σ = Standar deviasi populasi

n = Jumlah sampel (butir)

Z^* = Nilai distribusi - Z yang didapatkan dari tingkat confidence interval tertentu



c. Rentang Skala

Skala likert digunakan untuk mengukur tindakan, pandangan dan tanggapan seseorang tentang fenomena sosial yang sudah ditentukan oleh peneliti yang dikenal dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2017 : 93). Skala likert terdiri dari 1 sampai 5 angka dengan arti yang berbeda, 1 artinya rendah atau sangat tidak setuju sedangkan 5 artinya sangat setuju. Dalam sebuah analisis digunakan rata rata tertimbang untuk menentukan *range* dari skala sebagai berikut:

$$Range = \frac{m-n}{b} \quad (3.6)$$

Keterangan :

m = Nilai tertinggi

n = Nilai terendah

b = Jumlah kelas/ banyaknya kategori

oleh karena itu, perhitungan rentang skala dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m-1}{m} \quad (3.7)$$

keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



$m =$ Banyaknya kategori

untuk pemberian skor, 5 merupakan skor terbesar sedangkan skor terkecil diberikan nilai 1, dan untuk jumlah kategori berjumlah 5 butir, dari data tersebut dapat diformulasikan dengan persamaan 3.8 :

$$R_s = \frac{5 - 1}{5} = 0,8 \quad (3.8)$$

Tabel 3. 5 Rentang Skala

	Rentang Skala
STS	1-1,8
TS	1,8-2,6
N	2,6-3,4
S	3,4-4,2
SS	4,2-5

Berikut ini tingkatan skor pada kuesioner :

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Cukup setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

4. Analisa Regresi

a. Uji Regresi Linear Berganda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



Pengujian ini dilakukan untuk membantu mendapatkan analisa pengaruh dari variabel bebas (indenpenden) dimana memiliki variable dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan sebesar besar pengaruh variabel - variabel bebas (indenpenden) terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:95)

Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (Sekaran & Bougie, 2017), analiss regresi berganda menghasilkan rata - rata penilaian objektif pada tingkat ciri - ciri hubungan antara varibel bebas dan variabel terikat; koefisien regresi secara relative menunjukkan bahwa setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat merupakan suatu hal yang penting. Regresi berganda dapat dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$y = Q_0 + Q_1X_1 + Q_2X_2 + \mathcal{E} \tag{3.9}$$

Keterangan :

y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

X = Variabel bebas (X_1 : Kualitas Layanan X_2 : Persepsi Harga)

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi kualitas layanan

β_2 = Koefisien regresi variabel persepsi harga

\mathcal{E} = Residual

5. Pengujian Asumsi Klasik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



Pengujian asumsi klasik dapat dikategorikan dalam beberapa tipe yaitu uji

- C** normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji Multikolinearitas. Ketiga pengujian ini merupakan dasar dari hasil pengujian ini.

a. Uji Normalitas Data

Uji ini digunakan untuk menguji dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018 : 161). menurut Ghozali, (2018) α atau alpha adalah batas kesalahan maksimal untuk dijadikan patokan peneliti. Dalam uji t dan uji f menjelaskan yakni nilai residual diikuti distribusi normal atau tidak normal dengan analisis grafik dan juga uji statistika. dalam penelitian ini menggunakan statistik non-parametrik kolmogorov - smirnov (K - S) dengan hipotesis :

1. H_0 : data residual tidak terdistribusi normal
2. H_a : data residual terdistribusi normal

Dengan nilai signifikansi ($\alpha = 5\%$), yaitu :

1. Bila $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) data termuat terdistribusi normal
2. Bila $p\text{-value} < \alpha$ (0,05) data termuat tidak terdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas berguna dalam menguji model regresi mempunyai korelasi atau tidak antara variabel bebas. Bila terjadi korelasi, maka variabel bebas tidak orthogonal. variabel orthogonal yakni variabel bebas yang mendapatkan hasil nilai korelasi antara variabel bebas sama dengan nol.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



untuk menentukan ada atau tidak multikolinieritas memakai nilai toleransi atau *variance inflation factor* (VIF). Nilai toleransi yang terendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$). Nilai Cut-off yang terbiasa digunakan dalam menunjukkan adanya multikolinieritas yakni dengan nilai toleransi sebesar $\leq 0,10$ dan dapat diartikan sama dengan jumlah $VIF \geq 10$. Bila nilai toleransi $\geq 0,10$ ataupun nilai $VIF \leq 10$ menghasilkan tidak terjadinya gejala multikolinieritas.

1. Nilai Toleransi $\geq 0,10$; $VIF \leq 10$, berarti gejala multikolinieritas tidak terjadi
2. Nilai Toleransi $\leq 0,10$; $VIF \geq 10$, berarti gejala multikolinieritas terjadi

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali, (2018:142) uji heteroskedastisitas berfungsi untuk melihat model regresi apakah akan terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi lain tetap dinamai dengan homoskedastisitas serta bila terjadi perbedaan dinamai heteroskedastisitas melalui uji Glejser. Uji Glejser ialah cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel indenpenden memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik dimana akan mempengaruhi variabel dependen.

Hipotesisnya adalah :

H_0 : terjadi heteroskedastisitas

H_a : tidak terjadi heteroskedastisitas

Dasar keputusannya ialah “

1. Apabila nilai sig. absolut residual variabel indenpendet $< 0,05$ maka diterima H_0
2. Apabila nilai sig absolut residual variabel indenpenden $> 0,05$ maka diterima H_a

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



d. Uji kesesuaian model (Uji F).

C Berdasarkan Ghozali, (2018:179) kelayakan model berguna dalam menakar pengaruh variable terikat dengan variable bebas yang dilakukan secara simultan terhadap satu sama lain. Uji kelayakan model mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,05. penentuan dasar pengambilan keputusan antara lain :

1. Bila Nilai probabilitas signifikansi $< 0,005$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, berarti semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Bila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ dan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, berarti semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

e. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali, (2018 : 179) uji pasial dipergunakan untuk melihat pengaruh masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi pada uji ini ialah 0,5. Dasar keputusan diantaranya :

1. Bila nilai signifikan $< 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, berarti tidak pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menemukan sejauh mana

- Ⓒ kemampuan model dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dalam menerangkan variable dependen atau tidak bebas (kepuasan pelanggan). Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan adalah antara nol (0) atau satu (1) dengan nilai R^2 yang terkecil berarti kemampuan variable independent dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Sedangkan, nilai R^2 yang mendekati nilai satu (1) dapat dijelaskan bahwa variable dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable dependen.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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