

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang berfokus mengenai seluruh rancangan penelitian yang dilaksanakan. Secara garis besar bab ini terdiri dari subjek dan obyek penelitian, waktu dan pengambilan sampel penelitian, variable penelitian, variable independent, variable dependen, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

Kemudian metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara survei menggunakan google form. Peneliti menganalisis data dengan cara uji validitas, uji realibilitas, analisis deskriptif, dan menggunakan SPSS 25.0.

A. Objek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah Netflix di Jabodetabek dan yang menjadi subyek penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang menggunakan atau pernah menggunakan dan membeli paket langganan Netflix di Jabodetabek.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:125), Desain penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun untuk memperoleh jawaban untuk meneliti pertanyaan.

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), Desain penelitian memiliki beberapa klasifikasi desain, yaitu:

I Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Derajat kristalisasi pertanyaan riset merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Dalam studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal.





Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan pengumpulan datanya peneliti menggunakan studi komunikasi yaitu peneliti memberikan pertanyaan berupa kusioner kepada responden dan mengumpulkan.

3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (desain laporan sesudah fakta). Dalam hal ini, peneliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, artinya peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Dalam tujuan studi memiliki dua jenis, yaitu studi kausal dan deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi kausal karena studi kausal mencoba menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Peneliti ingin menjelaskan sebab – akibat untuk menunjukkan pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix di Jabodetabek.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi *cross sectional*. Penelitian ini hanya dilakukan satu kali dalam menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.

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



6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik yang didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan mendalam. Studi ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dari penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Dilihat dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan. Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Netflix.

8. Persepsi Peserta

Penelitian ini didasarkan pada kesimpulan yang diperoleh dari jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Perlu dicatat bahwa persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung. Meskipun tidak ada bukti yang jelas terkait upaya responden untuk menggagalkan hipotesis atau tanda-tanda sabotase, ada kemungkinan bahwa mereka mungkin bersikap tidak alami. Oleh karena itu, peneliti berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian dengan tujuan menghindari terbentuknya persepsi negatif terhadap tujuan atau proses penelitian yang dilakukan.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan penelitian yang akan diteliti, terdapat variabel yang terdiri dari dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X1), Persepsi Harga (X2). Sedangkan variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan



Empati	Memahami kebutuhan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa bahwa ketika menonton Netflix membuat saya senang 	KL 5	Interval
Fisik	Fitur aplikasi	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa bahwa fitur yang diberikan Netflix sudah terlihat modern 	KL 6	Interval
		<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa fitur yang diberikan oleh Netflix sangat menarik 	KL 7	
		<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa bahwa Netflix memberikan fitur yang lengkap 	KL 8	
	Tampilan Visual	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa tampilan visual yang diberikan Netflix terlihat menarik 	KL 9	
<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa tampilan visual yang diberikan Netflix sudah modern 		KL 10		

Sumber : Kotler dan Keller (2016:442)

2. Persepsi Harga (X2)

Persepsi Harga adalah sudut pandang dari para konsumen atau pelanggan Netflix yang sudah mengeluarkan uang atau biaya untuk melakukan pembelian untuk dapat menggunakan layanan Netflix di Jabodetabek. Dimensi dan indikator Persepsi Harga sebagai berikut :

Tabel 3.4
Persepsi Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Simbol	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditetapkan terjangkau	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa bahwa harga yang diberikan Netflix sangat terjangkau 	PH 1	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa bahwa harga yang diberikan Netflix sudah sesuai 	PH 2	Interval



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, pendidikan 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.

	diberikan Netflix	dengan kualitas layanan yang diberikan		
	Harga yang ditetapkan mampu meningkatkan kualitas layanan	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa dengan harga yang ditetapkan Netflix mampu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan 	PH 3	
Daya Saing Harga	Harga yang ditetapkan dapat bersaing dengan layanan sejenisnya	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa dengan harga yang ditetapkan Netflix mampu bersaing dengan layanan <i>video streaming on demand</i> lainnya 	PH 4	Interval
Kesesuaian Harga dengan manfaat	Nilai atau harga yang diberikan oleh Netflix sesuai dengan apa yang diperoleh	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa dengan nilai yang diberikan oleh Netflix mampu memberikan kepuasan pada pelanggan 	PH 5	Interval

Sumber : Kotler dan Keller (2009)

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan harapan pra-penjualan berdasarkan kinerja produk. Jika produk memiliki kinerja yang baik dan bermanfaat bagi konsumen, maka akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen atau pengguna. Berikut dimensi dan indikator Kepuasan Pelanggan yaitu :

Tabel 3.5

Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Simbol	Skala
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	Kepuasan dengan produk Netflix	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa puas ketika menggunakan Netflix 	KP 1	Interval
	Harga	Harga berlangganan yang	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa harga yang diberikan oleh 	KP 2	Interval



C 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.

	diberikan Netflix	Netflix sesuai dengan Kualitas yang diberikan		
Kualitas Pelayanan	Kualitas ketepatan dan kemudahan akses Netflix	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa mudah untuk mengakses ketika menggunakan Netflix 	KP 3	Interval
Biaya	Biaya yang akan dikeluarkan untuk Berlangganan Netflix	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa tidak ada biaya tambahan saat saya sudah berlangganan Netflix 	KP 4	Interval
Emosional	Kepuasan terhadap penggunaan Netflix	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa sangat puas ketika saya menggunakan Netflix 	KP 5	Interval

Sumber: Indrasari (2019:87)

D. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Populasi

Populasi yang dipilih adalah seluruh konsumen yang menggunakan ataupun membeli layanan Netflix di Jabodetabek.

Penentuan Sampel

Peneliti akan menggunakan non-probability sampling, yaitu teknik yang tidak memberikan kesempatan atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Belum diketahui secara akurat berapa total pengguna atau pembeli layanan Netflix di Jabodetabek. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan *judgement sampling* yang merupakan teknik yang dilakukan atas dasar karakteristik yang ditentukan oleh unsur-unsur populasi sasaran. Dalam penelitian ini, responden



yang dipilih adalah mereka yang menggunakan layanan Netflix. Jumlah responden yang akan dipilih adalah 100 orang yang merupakan pengguna layanan Netflix.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data didalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan *form* kuesioner. Data yang diteliti diambil dari populasi, sehingga ditemukan fakta-fakta yang relevan secara sosiologis diantara variabel-variabel tersebut. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden yang harus mereka jawab. Kuesioner diberikan kepada responden yang menggunakan atau membeli Netflix di Jabodetabek. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan tertutup, dengan tujuan memperoleh informasi mengenai dampak kualitas layanan Netflix dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Jabodetabek.

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Dalam penelitian ini ada lima poin skala yaitu pada tabel, yaitu:

Tabel 3.6
Skala Likert

Skala Peringkat	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5



F. Teknik Analisis Data

Setelah semua kuisioner selesai dan dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut. Data kuisioner adalah data mentah yang harus diolah kembali menjadi informasi yang berguna untuk penelitian. Untuk menganalisis data dan mengukur pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix di Jabodetabek, peneliti menggunakan program SPSS 25.0 untuk mengolah data yang diperoleh melalui kuisioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk mendukung pengolahan data yaitu:

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuisioner dapat dianggap sah atau valid. Validitas kuisioner menunjukkan sejauh mana pertanyaan dalam kuisioner dapat efektif mengungkapkan informasi yang seharusnya diukur oleh kuisioner tersebut. Dengan kata lain, validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana pernyataan dalam kuisioner yang telah disusun benar-benar mencerminkan apa yang ingin diukur.

Untuk menilai validitas setiap indikator, bandingkan nilai korelasi yang dihitung dengan nilai korelasi yang terdapat dalam Tabel Korelasi Product Moment untuk sampel sebanyak 30. Gunakan taraf signifikansi α sebesar 5%, yang setara dengan 0,361. Jika nilai korelasi yang dihitung lebih besar atau sama dengan 0,361, maka item pertanyaan atau pernyataan dianggap valid. Namun, jika nilai korelasi yang dihitung kurang dari 0,361, maka item pertanyaan atau pernyataan dianggap tidak valid.



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

Keterangan :

r = koefisien korelasi yang dicari

X = skor pernyataan

Y = skor total

n = banyaknya responden

Peneliti membandingkan hasil perhitungan Pearson Product Moment dengan r tabel sebesar 0.361, Jika koefisien korelasi yang diperoleh \geq koefisien table r product moment atau *Corrected Item-Total Correlation* $>$ 0.361 maka indikator tersebut dapat dinyatakan valid. Peneliti juga dapat membandingkan hasil berdasarkan Nilai Signifikansi, yang berarti jika Nilai Signifikansi $>$ 0,05 maka item dinyatakan tidak valid. Sedangkan jika Nilai Signifikansi $<$ 0,05 maka item dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), suatu kuesioner dianggap memiliki reliabilitas atau kehandalan jika jawaban yang diberikan oleh seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas, dapat digunakan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* mendapatkan hasil uji $>$ 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Rumus ini membantu menilai sejauh mana semua pernyataan dalam kuesioner saling berkaitan dan mengukur aspek yang sama, sehingga memberikan gambaran tentang seberapa handal atau konsisten kuesioner tersebut.

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

Keterangan :

r_{ii} = reabilitas internal seluruh instrument

K = jumlah

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

$\sum \sigma_t^2$ = varian total

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis Deskriptif

a. Rata-Rata Hitung (Mean)

Menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi, dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \sum_{i=0}^n \frac{Xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = skor rata-rata

X_i = nilai sampel / data ke-i

n = jumlah total frekuensi / data yang digunakan

b. Analisis Persentase (%)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tercantum dalam profil responden kuesioner, seperti jenis



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.



kelamin, usia, dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Fr = \frac{\text{jumlah responden yang memilih}}{\text{total responden}} \times 100\%$$

c. Rentang Skala

Rumus yang digunakan adalah

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

Keterangan :

Rs = Rentang skala

m = skor tertinggi

p = skor terendah

b = jumlah kelas atau kategori

Dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dan juga jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka rentang skala untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Dengan demikian penyajian rentang skala dan kriterianya :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral



3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara melakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S).

Uji *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S) dapat dilakukan dengan membuat hipotesis, sebagai berikut:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal/mendekati normal. Dengan signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka dasar pengambilan keputusannya, sebagai berikut:

(1) Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka data dapat dikatakan berdistribusi normal

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.

a. Jika $p\text{-value} < 0,05$ maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107), uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik yaitu distribusi data normal/mendekati normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika $VIF \leq 10$, maka bebas multikolinieritas.
- (2) Jika $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu uji Glejser. Jika koefisien *parameter sign* $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.





5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghazali (2018:95), dalam analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independent. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan.

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

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

X = kualitas layanan

X2 = persepsi harga

β_0 = konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = koefisien regresi variabel

e = error

Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:98), uji F atau uji hipotesis seperti ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X1 dan X2. Uji F digunakan untuk menentukan pengaruh bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dan signifikansinya mengindikasikan apakah hubungan tersebut dapat diterapkan pada populasi. Peneliti dapat memilih tingkat signifikansi yang diinginkan, seperti 0,01 (1%), 0,05 (5%), atau 0,10 (10%). Hasil uji F dievaluasi melalui tabel ANOVA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



dengan memperhatikan nilai signifikansi (sig). Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

$$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

Ketentuan pengambilan keputusan, yaitu:

- (1) Jika nilai sig < 0.05, maka tolak H₀ atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara X terhadap Y.
- (2) Jika nilai sig > 0.05, maka tidak tolak H₀ atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara X terhadap Y.

7. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Artinya uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat.

Uji t digunakan untuk mengevaluasi apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang telah diatur. Dalam analisis menggunakan program SPSS 25.0, kita mendapatkan nilai t hitung dan Sig. sebagai dasar pengambilan keputusan. Keputusan diambil berdasarkan interpretasi signifikansi nilai Sig. Jika nilai Sig. kurang dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai Sig. lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka tidak dapat dianggap bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.



Pengujian hipotesis ini akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan hipotesis statistik sebagai berikut :

(3) Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_{01}: \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a1}: \beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

(4) Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_{02}: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a2}: \beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif antara persepsi terhadap kepuasan pelanggan.

Ketentuan pengambilan Keputusan, yaitu:

(1) Jika nilai sig-t $< 0,05$ maka tolak H_0 , atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara X terhadap Y.

(2) Jika nilai sig-t $> 0,05$ maka tolak H_0 , atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara X terhadap Y.

8 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:101), Makin kecil nilai (SEE) *Standar Error of Estimate* akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas.

$R^2 = 0$, artinya variabel independent (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

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

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

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.

