



## BAB 3

### METODE PENELITIAN



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah restoran cepat saji McDonalds Citra Garden 6 Jakarta Barat.. Sedangkan subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli makanan dan minuman di McDonalds Citra Garden 6 Jakarta Barat.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper & Schindler, (2017:125) adalah suatu perencanaan dan rancangan untuk menginvestigasi dan disusun agar mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian, termasuk mencakup garis besar tujuan yang ingin dibuat oleh peneliti dari penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir. Menurut Cooper & Schindler, (2017:126) selanjutnya mengklasifikasikan desain penelitian ke dalam beberapa kategori, antara lain:

##### 1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi formal (*formal study*) karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara

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.



elektronik melalui Google Forms yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka.

### 3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Berdasarkan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel, penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

### 4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan studi, penelitian ini termasuk dalam penelitian kausaleksplanatori (*causal-explanatory*), karena penelitian ini berfokus pada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

### 5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* (*cross-sectional study*) karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret dari suatu kejadian dalam satu waktu.

### 6. Cakupan Topik

Berdasarkan cakupan topik, penelitian ini menggunakan studi statistik (*statistical study*). Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini bertujuan untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis akan diuji secara kuantitatif.



## 7. Lingkungan Penelitian

- C Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (*field condition*) karena penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

## 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

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

## C. Variabel Penelitian

Dalam riset ini, variabel penelitian menjadi suatu alat atau sifat dan nilai dari penilaian seseorang, tujuan, atau sebuah organisasi yang memiliki sebuah varian khusus yang sudah dipilih oleh peneliti untuk dapat dikembangkan lalu setelah itu akan dijadikan sebuah kesimpulan, yang akan dipakai dalam riset ini terdiri atas variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*).

### 1. Variabel Bebas

Variabel Bebas (*variabel independen*) menurut Sugiyono (2020:38) variabel menyebabkan atau disebut dijadikan sebab dari perubahan atau tampak dipengaruhi oleh variabel terikat (*variabel dependent*), dalam riset ini berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah variabel kualitas produk dan kualitas layanan



## a. Variabel Kualitas Layanan

Menurut Indrasari, (2019:61) definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan

**Tabel 0.1**  
**Operasional Variabel Kualitas layanan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
<b>Kualitas Layanan</b>  (Kotler, Keller, Chernev, 2022:226)	Kehandalan ( <i>reliability</i> )	Memberikan solusi/bantuan dalam penanganan masalah	Karyawan McDons Citra Garden 6 handal dalam memberikan solusi dan bantuan dalam menangani masalah	Interval
		Melayani sesuai SOP	Karyawan McDons Citra Garden 6 melayani pelanggan sesuai dengan SOP yang berlaku	
		Meperkerjakan karyawan yang mampu dan paham sesuai bidangnya	McDonals Citra Garden 6 mempekerjakan karyawan yang mampu dan paham sesuai bidangnya	
	Daya tanggap ( <i>responsive ness</i> )	Siap sedia membantu pelanggan	Karyawan McDons Citra Garden 6 siap sedia membantu pelangan	Interval
		Cepat tanggap dalam merespon permintaan pelanggan	Karyawan McDons Citra Garden 6 cepat dan tanggap dalam merespon permintaan pelanggan	
		Memberi saran dan informasi mengenai produk/layanan yang akan dilakukan	Karyawan McDons Citra Garden 6 selalu memberikan saran dan informasi mengenai produk dan layanan dari McDonals	



**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.

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
	Jaminan ( <i>assurance</i> )	Mempunyai karyawan yang selalu rapi dan sopan	Karyawan McDonalds Citra Garden 6 selalu rapi dan sopan	Interval
		Mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	Karyawan McDonalds Citra Garden 6 dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	
		Membuat pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi	Saat bertransaksi karyawan McDonalds Citra Garden 6 mendapatkan kepercayaan dari pelanggan	
		Karyawan mampu menjawab pertanyaan dari konsumen	Karyawan McDonalds Citra Garden 6 selalu mampu menjawab pertanyaan dari konsumen	
	Empati ( <i>emphaty</i> )	Menunjukkan rasa peduli kepada pelanggan	Karyawan McDonalds Citra Garden 6 selalu menunjukkan rasa kepedulian kepada pelanggan	Interval
		Memiliki jam operasional yang tertib	Jam buka dan tutup McDonalds Citra Garden 6 selalu tepat waktu	
		Memberikan apa yang dibutuhkan pelanggan	McDonalds Citra Garden 6 selalu dapat memberikan apa yang dibutuhkan pelanggan	
	Bukti Fisik ( <i>tangibles</i> )	Mempunyai peralatan yang modern dan terbaru	McDonalds Citra Garden 6 memiliki peralatan yang terbaru dan modern	Interval
		Memiliki fasilitas yang menarik secara visual	Ruang di McDonalds Citra Garden 6 sangat menarik dipandang mata	
		Setiap karyawan berpenampilan rapi dan profesional	Karyawan McDonalds Citra Garden 6 selalu berseragam dan berpenampilan rapi dan profesional	



## b. Variabel Kualitas Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2021:230) “kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan”.

**Tabel 0.2**  
**Operasional Variabel Kualitas Produk**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
<b>Kualitas Produk</b>  Firmansyah, (2019:15)	Kinerja ( <i>performance</i> )	Bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk	Makanan dan minuman di McDonald's memiliki beragam pilihan.	Interval
	Fitur ( <i>feature</i> )	Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.	<i>McDonald's</i> memberikan promo makanan dan minuman yang menarik	Interval
	Keandalan ( <i>reliability</i> )	Ukuran kemungkinan produk tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam periode waktu tertentu	<i>McDonald's</i> terkenal dengan memiliki citra rasa yang <i>otentik</i> dan cukup berbeda dengan kompetitornya	Interval
	Kesesuaian ( <i>conformance</i> )	Produk sesuai dengan standar yang ditentukan	Makanan dan minuman pada <i>McDonald's</i> memiliki standar kualitas yang tinggi.	Interval
	Ketahanan ( <i>durability</i> )	Ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan	Makanan dan Minuman pada <i>McDonald's</i> dapat bertahan cukup lama dan tidak cepat basi.	Interval

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



Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
	Kemampuan memperbaiki ( <i>serviceability</i> )	Kecepatan, kemudahan dan biaya servis produk saat produk rusak	<i>McDonald's</i> selalu menerima kritik dan saran dari berbagai pelanggan demi kenyamanan pelanggan a	Interval
	Estetika ( <i>aesthetics</i> )	Bagaimana produk terlihat, terasa, dan lain lain di mata setiap konsumen	<i>McDonald's</i> mempunyai kemasan dan bag makanan yang mudah dikenali oleh pelanggan	Interval
	Kualitas yang dirasakan ( <i>perceived quality</i> )	Kualitas produk yang diatribusikan setiap konsumen	Makanan dan minuman <i>McDonald's</i> memiliki kualitas produk sesuai dengan standar mutu makanan dunia	Interval

## 2. Variabel Terikat

Variabel Terikat (variabel *dependen*) menurut Sugiyono (2020:38) adalah variabel yang disebabkan atau yang sebagai akibat, karena timbulnya variabel bebas, pada riset tersebut variabel ini akan berkaitan dengan masalah penelitian ini yaitu keputusan pembelian

### Variabel Keputusan Pembelian

Firmansyah (2018:27) mengatakan bahwa proses keputusan konsumen merupakan hal penting yang dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Proses keputusan konsumen merupakan suatu kegiatan yang penting karena dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum memutuskan untuk membeli.

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**

**Tabel 0.3**  
**Operasional Variabel Kepuasan Konsumen**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Keputusan Pembelian  (Kotler, Keller, Chernev, , 2022:226)	Kemantapan sebuah produk	Tetap membeli produk walau ada pesaing	Saya akan tetap melakukan pembelian produk di McDonalds walaupun banyak restoran cepat saji lain	Likert
	Kebiasaan dalam membeli produk	Terbiasa membeli produk tertentu	Saya terbiasa membeli burger dan ayam goreng di McDonalds	Likert
	Pembelian ulang	Melakukan pembelian ulang	Saya akan membeli kembali makanan dan minuman di McDonalds Citra Garden 6.	Likert
	Rekomendasi	Merekomendasikan pembelian kepada orang lain	Saya akan menyarankan teman dan keluarga dan untuk membeli produk di McDonalds Citra Garden 6.	Likert

**D. Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Menurut Sekaran & Bougie, (2017:247), dalam *non probability sampling*, elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas apapun yang melekat untuk terpilih sebagai subjek sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sekaran & Bougie, (2017:248) pengambilan sampel dalam *purposive sampling* terbatas pada 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya, atau mereka yang memenuhi beberapa kriteria yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih menggunakan pendekatan *Judgement Sampling* berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- 1) Konsumen atau pelanggan yang pernah membeli diperusahaan tersebut
- 2) Konsumen atau pelanggan yang telah berusia minimal 17 tahun.
- 3) Konsumen atau pelanggan yang pernah membeli barang atau jasa lebih dari satu kali.

Menurut Hair et al., (2019:) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis. Dalam penelitian ini terdapat 28 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah  $28 \times 5 = 140$  sampel

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, dan menggunakan angket (kuesioner) untuk mendapatkan data yang nyata berdasarkan masalah yang ada dalam organisasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang mentah yang diambil oleh peneliti dari sumber utama dengan angket

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu diambil langsung dari sumbernya melalui komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden yang pernah membeli produk di McDonalds Citra Garden 6, Jakarta Barat. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan kuesioner. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan-



pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan skala likert dengan bentuk checklist, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 pilihan yaitu:

**Tabel 0.4**  
**Skor Jawaban Dalam Skala Likert**

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2020:93)

## F. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka- angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Ketika selesai mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data untuk dianalisis dengan menggunakan alat bantu software SPSS 25.0. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumentasi Data

#### a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2020:121) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dalam kuisisioner sudah dibuat secara benar



dan dapat mengukur apa yang akan diukur. Dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *pearson product moment* yaitu

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\}\{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Korelasi *product moment*
- n = Jumlah responden
- x = Data jawaban responden tiap item
- y = skor total

Untuk mengetahui validitas setiap indikator, membandingkan nilai korelasi hasil hitung dengan korelasi dari tabel korelasi *product moment* untuk sampel 30, dan taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%, yaitu 0,361. Jika hasil korelasi hitung  $\geq 0,361$ , maka item pertanyaan/ Pernyataan adalah valid. Tetapi jika hasil korelasi hitung dibawah 0,361, maka item pertanyaan/ Pernyataan tidak valid. Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi *product moment* (Sugiyono, 2018:183).

### Uji Realibilitas

Menurut Ghazali (2018:47) “reliabilitas ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal ketika jawaban seseorang terhadap pernyataan merupakan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghazali (2018:48) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha’s  $> 0,70$ . Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach’s Alpha sebagai berikut:



**C**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2.**

**Analisis Deskriptif**

Menurut Ghazali (2018:19) menyatakan 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*.

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Analisis Persentase**

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = varians total

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

**Tabel 0.5**  
**Kategori Reliabilitas Berdasarkan Nilai**

Nilai Alpha Cronbach	Kategori Reliabilitas
0,90 – 1,0	Sangat Tinggi
0,70 – 0,89	Tinggi
0,40 – 0,69	Cukup
0,20 – 0,39	Rendah
0,00 – 0,19	Sangat Rendah

Sumber: Budiastuti & Bandur (2018:210)

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:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$  = jumlah responden yang termasuk kategori

$n$  = total responden

### **Rata-Rata (Mean)**

Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Mean dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$x$  = rata-rata hitung (mean)

$x_i$  = nilai sampel ke-i

$n$  = jumlah sampel

### **Rentang Skala**

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

$R_s$  = Rentang skala penelitian

$m$  = banyaknya kategori

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.

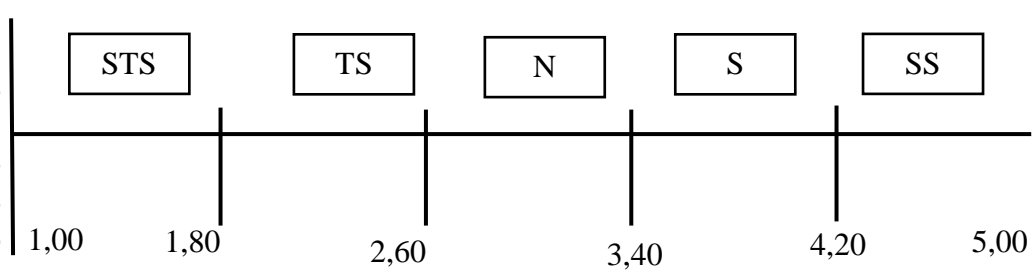


Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau

kategori 4, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5 - 1}{4} = 0,8$$

**Gambar 0.1**  
**Rentang Skala**



Keterangan:

1,00 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,80 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,60– 3,40 = Netral (N)

3,40 – 4,20 = Setuju (S)

4,20 – 5,00 = Sangat Setuju (S)

#### Skala Likert

Sugiyono (2020:93), menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk menilai perilaku, keyakinan, dan sikap individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Hasil penelitian dinilai dengan menggunakan skala Likert berikut.

**Tabel 0.6**  
**Skala Likert Untuk Kuesioner**

Skala	Jenis Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Insitut 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.



N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2020:94)

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. Jika model adalah model yang baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis (Sugiyono, 2018:105). Adapun uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas heteroskedastisitas dan multikolinieritas.

#### a. Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018:27). Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai Kolmogorov-Smirnov adalah tidak signifikan ( $\text{Asymp.Sig (2-tailed)} > \alpha (0,05)$ ) Ghozali (2018:30).

#### b. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen Ghozali (2018:107),. Apabila terdapat korelasi antara variabel bebas, maka terjadi

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.





multikolinearitas, demikian juga sebaliknya. Uji multikolinearitas terdapat beberapa ketentuan yaitu (Ghozali 2018:108),

- 1) Bila  $VIF > 10$ , maka terdapat multikolinieritas
- 2) Bila  $VIF < 10$ , berarti tidak terdapat multikolinieritas
- 3) Bila  $Tolerance > 0,1$ , maka tidak terjadi multikolinieritas
- 4) Bila  $Tolerance < 0,1$ , maka terjadi multikolinieritas

### Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali 2018:137),. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan di atas angka nol (0) pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## 4. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:



Y	= keputusan pembelian
$\alpha$	= Konstanta regresi
$b_1, b_2$	= Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
$X_1$	= kualitas layanan
$X_2$	= kualitas produk
$\varepsilon$	= error

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) uji F dipakai dalam menguji kesesuaian signifikansi apakah terjadinya kesesuaian sebuah variable terhadap variabel Y, apakah model regresi penelitian layak atau tidak. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

$$H_a: \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- 1) Jika nilai  $\text{Sig.} \leq 0,05$  atau  $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$  maka tolak  $H_0$ , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
- 2) Jika nilai  $\text{Sig.} \geq 0,05$  atau  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  maka tidak tolak  $H_0$ , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

### a. Uji Parsial (uji t)

Menurut Ghozali (2018:97), uji t dipakai dalam menunjukkan seberapa



jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan dengan taraf signifikansi / Sig. ( $\alpha = 0.05$ ) atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig.  $\leq \alpha$  atau t hitung  $> t$  tabel, maka tolak  $H_0$ , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai Sig.  $> \alpha$  atau t hitung  $< t$  tabel, maka tidak tolak  $H_0$ , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghazali (2018:97) koefisien determinasi dipakai dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2018:241).

$$D = R^2 \times 100\%$$

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.



Keterangan:

- D = Determinasi
- R = Nilai korelasi berganda
- 100% = Persentase kontribusi

**© 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.