



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah kafe EXCELSO di Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi minuman kopi kafe EXCELSO di Mall Kelapa Gading.

B. Desain Penelitian

1. Pengertian Desain Penelitian

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

2. Klasifikasi Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126), di awal penelitian apapun peneliti menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan, yaitu:

a. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Studi penelitian dapat bersikap formal atau eksploratif. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

b. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi. Dimana studi komunikasi dilakukan dengan memberikan

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



pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka berdasarkan makna personal maupun umum.

Berdasarkan pengendalian variabel-variabel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain *ex post facto*. Dimana peneliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, dalam artian memanipulasinya.

Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, penulis berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kopi kafe EXCELSO.

Dimensi Waktu

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

f. Cakupan Topik

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

Lingkungan Penelitian

Dilihat dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk sebagai penelitian lapangan. Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan kopi kafe EXCELSO.

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



h. Kesadaran Persepsi Partisipan

- Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan di kehidupan sehari-hari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Variabel Penelitian

Terdapat beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel tersebut adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Variabel *independent* (variabel bebas) berupa kualitas produk dan kualitas layanan. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.

Sedangkan variabel *dependent* (variabel terikat) berupa kepuasan pelanggan, yaitu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan sebagai reaksi dari perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan setelah pembelian. Setiap variabel penelitian tersebut dijabarkan dalam beberapa dimensi dan indikator sebagai berikut :

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.



1. Variabel Kualitas Produk

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Performance (Energi)	Karakteristik utama dari produk.	1. Kopi yang ditawarkan kafe EXCELSO memiliki cita rasa yang sedap.	Interval
	Karakteristik utama dari produk.	2. Kopi yang ditawarkan kafe EXCELSO memiliki aroma yang harum.	
Features (fitur)	Karakteristik pendukung atau pelengkap produk.	1. Pilihan minuman kopi yang ditawarkan kafe EXCELSO bervariasi.	Interval
Reliability (handalan)	Konsistensi rasa produk.	1. Rasa kopi yang ditawarkan selalu konsisten dari waktu ke waktu.	Interval
Conformance (kesesuaian)	Kesesuaian produk melalui komposisi dan rasa.	1. Rasa dari kopi yang disajikan memiliki komposisi yang sesuai dengan yang tertulis di dalam menu	Interval
Serviceability (kemampuan melayani)	Kemudahan layanan atau perbaikan jika dibutuhkan.	1. Pesanan kopi yang tidak sesuai dapat diperbaiki dengan cepat.	Interval
Aesthetics (estetika)	Tampilan dari produk yang menarik .	1. Cara penyajian kopi yang menarik.	Interval
	Rasa dari produk yang menarik.	2. Kopi yang ditawarkan memiliki rasa yang unik.	
Perceived Quality (kesan kualitas)	Persepsi pelanggan terhadap produk.	1. Produk kopi yang ditawarkan berkualitas baik.	Interval

Sumber : David A. Garvin , 1987, 'Competing on the Eight Dimensions of Quality', Market Research.

© Hak cipta milik IBIKGG (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 IBIKGG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



2. Variabel Kualitas Layanan

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Tangibles (Bukti fisik)	Memiliki fasilitas yang menarik secara visual.	1. Kafe EXCELSO memiliki desain tempat yang menarik secara visual.	Interval
	Memiliki karyawan yang berpenampilan rapih dan professional.	1. Penampilan karyawan kafe EXCELSO rapih.	Interval
Reliability (Kepercayaan)	Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan..	1. Kafe EXCELSO memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
	Kehandalan dalam menangani masalah layanan pelanggan .	1. Karyawan kafe EXCELSO mampu menangani masalah pelanggan dengan baik.	Interval
	Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan.	1. Kafe EXCELSO menyediakan layanan sesuai dengan jam operasional yang dijanjikan.	Interval
	Melakukan layanan dengan benar sejak pertama.	1. Karyawan kafe EXCELSO memberikan layanan yang baik secara konsisten sejak awal.	Interval
Responsiveness (daya tanggap)	Memberi tahu pelanggan kapan layanan akan dilakukan.	1. Karyawan kafe EXCELSO memberi tahu pelanggan kapan layanan akan dilakukan.	Interval
	Memiliki layanan yang cepat untuk pelanggan.	1. Karyawan kafe EXCELSO melayani pelanggan dengan cepat.	Interval
	Kemauan untuk membantu pelanggan.	1. Karyawan kafe EXCELSO bersedia membantu pelanggan.	Interval
	Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan.	1. Karyawan kafe EXCELSO siap untuk menanggapi keluhan pelanggan.	Interval

Sumber :Parasuraman, A, Zeithaml, V. and Berry, L.L., 1994, 'Alternative Scales for

Measuring Service Quality—Acomparative- Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria'.

© Hak cipta milik IBIKKG (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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.3 (lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Hak cipta milik IBIKKG (Institusional) <i>Assurance (Kepercayaan)</i>	Karyawan yang dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggan.	1. Karyawan kafe EXCELSO dapat dipercaya oleh pelanggan.	Interval
	Memiliki karyawan yang sopan secara konsisten.	1. Karyawan kafe EXCELSO bersikap sopan secara konsisten.	Interval
	Memiliki karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	1. Karyawan kafe EXCELSO memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	Interval
Empathy (Empati) <i>Informative (Informatif)</i>	Memberi perhatian individu.	1. Karyawan kafe EXCELSO memberikan perhatian Individu kepada pelanggan.	Interval
	Memiliki karyawan yang peduli dengan pelanggan.	1. Karyawan kafe EXCELSO peduli kepada tiap pelanggan.	Interval
	Memahami apa yang pelanggan inginkan.	1. Kafe EXCELSO memahami apa yang pelanggan inginkan.	Interval

Sumber : Parasuraman, A, Zeithaml, V. and Berry, L.L., 1994, 'Alternative Scales for Measuring Service Quality—A comparative- Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria'.

3. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Faktor yang mempengaruhi	Indikator	Pernyataan	Skala
Product & Service future	Kepuasan yang dirasakan dari kegunaan produk secara langsung.	1. Saya puas dengan produk kopi yang ditawarkan kafe EXCELSO.	Interval
	Kepuasan yang dirasakan dari Layanan yang didapatkan secara langsung.	1. Saya puas dengan layanan yang di berikan kafe EXCELSO.	Interval

Sumber : Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:81)

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

Tabel 3.5 (lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Faktor yang mempengaruhi	Indikator	Pernyataan	Skala
Customer emotion	Perasaan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan terhadap produk.	1. Saya senang dengan produk kopi kafe EXCELSO yang memuaskan.	Interval
	Perasaan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan terhadap layanan.	2. Saya senang dengan layanan yang di berikan kafe EXCELSO karena memuaskan.	Interval
Attributions for service success or failure	Pelanggan merasa puas dengan atribut yang mereka dapatkan.	1. Saya puas dengan adanya berbagai macam cara pembayaran yang disediakan oleh kafe EXCELSO.	Interval
Perseption of equity or fairness	Persepsi keadilan yang di dapatkan oleh masing-masing pelanggan mengenai produk.	1. Saya puas dengan kafe EXCELSO karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	Interval
	Persepsi keadilan yang di dapatkan oleh masing-masing pelanggan mengenai layanan.	2. Saya puas dengan kafe EXCELSO karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	Interval
Other customer, family members, and workers	Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh informasi yang di dapat dari orang lain.	1. Saya puas dengan kafe EXCELSO karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	Interval

Sumber : Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:81)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017: 59), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dimana elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang di tentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:67), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



sampel yang dilakukan secara terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya, atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang di tentukan oleh peneliti. Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu orang-orang yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi kopi kafe EXCELSO di Mall Kelapa Gading.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Hair (2014:100), sebagai peraturan umum, minimum dari ukuran sampel harus setidaknya lima kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sehingga data primer didapat dari hasil kuesioner yang disebar kepada 165 orang responden. Sementara data sekunder didapat dari buku, jurnal, dan *website* yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden dengan pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. 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.



F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Menurut Umar (2019:63), uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan r tabel sebesar 0,361 dari sampel sebanyak 30 responden. Rumus dari korelasi *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
- X = skor tiap pertanyaan
- Y = skor total
- n = jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 47), suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha, sebagai berikut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

Keterangan :

- r_i = reliabilitas internal seluruh instrument
- k = jumlah pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir
- σt^2 = Varian total

3. Analisis Deskriptif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Rata-Rata Hitung

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

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

- \bar{X} = Skor rata-rata
- X_i = nilai sampel/data ke-i
- n = Jumlah total frekuensi/data yang digunakan

b. Rata- rata tertimbang

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

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

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



- Keterangan :
- \bar{X} = rata-rata tertimbang
 - xi = nilai data ke-i
 - fi = bobot data ke-i

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

Analisis Persentase (%)

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

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

1. Rentang Skala

Data yang telah diperoleh dari kuesioner selanjutnya dikelompokan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi skor suatu variabel. Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

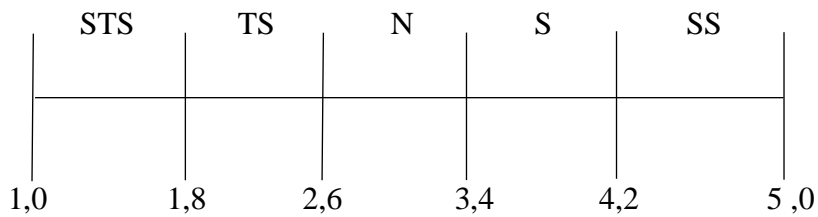
- Rs = Rentang skala
- m = Skor tertinggi
- p = Skor terendah
- b = Jumlah kelas atau kategori



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 :

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

Rentang Skala



Keterangan :

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)
- 2,61 – 3,40 = Netral (N)
- 3,41 – 4,20 = Setuju (S)
- 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non – parametrik Kolmogorov – Smirnov (K-S).

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

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.

Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2016: 103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika $VIF \leq 10$, maka bebas multikolinieritas.

Jika $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 134), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari

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.



residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas, dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

Jika koefisien *parameter sign* < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Jika koefisien *parameter sign* > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

5. Analisis Regresi Berganda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Imam Ghozali (2016: 94), dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

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

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

X₁ = kualitas produk

X₂ = kualitas layanan

β₀ = konstanta

β₁, β₂ = koefisien regresi variabel

e = error

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. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti. Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Dalam penelitian ini dasar pengambilan keputusan menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), dengan hipotesis sebagai berikut :

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

$$H_a : \text{Paling sedikit satu dari } \beta_i \neq 0 ; i = 1, 2$$

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig-F < 0,05, maka dapat dikatakan model signifikan.
- b. Jika nilai sig-F > 0,05 maka dapat dikatakan model tidak signifikan.

7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Imam Ghozali (2016: 97), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*), dalam penelitian ini dasar pengambilan keputusan menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), dengan hipotesis sebagai berikut :

- a. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$$H_{01} : \beta_1 = 0, \text{ tidak terapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.}$$

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

$H_{a1} : \beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai sig-t < 0,05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
- (2) Jika nilai sig-t > 0,05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_{02} : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_{a2} : \beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai sig-t < 0,05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- (2) Jika nilai sig-t > 0,05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

© 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.



8. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2016: 95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya 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 independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

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

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

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.