

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan mencari, memeriksa atau mengamati kembali keadaan secara teliti. Sedangkan metode merupakan cara/strategi dalam melakukan sesuatu, atau bisa dikatakan sebagai ilmu mengenai jalan untuk melaksanakan sesuatu. Dalam penelitian terdapat beberapa jenisnya bisa dilihat dari tujuan esensinya ataupun berdasarkan bidangnya, tempat dilaksanakan, tujuan umumnya, taraf penyelesaian masalah, proses berlangsungnya prosedur penelitian, jenis aktifitas yang dilakukan, pemakaian hipotesisnya, jenis masalah ataupun sifat analisa antar variabelnya.<sup>1</sup>

Berdasarkan tempat dilaksanakannya penelitian, maka peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan atau tempat kerja untuk mengetahui kancan kehidupan yang sebenarnya dari objek yang diteliti.<sup>2</sup>

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini berkaitan dengan angka yang selanjutnya dilakukan dengan menggunakan data statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan/hipotesis guna memprediksi adanya pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain.<sup>3</sup>

### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ms Glow Beauty Home Demak yang berada di Desa Bakung, RT 02/ RW 01, Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Sasarannya yaitu customer atau konsumen dari Ms Glow Beauty Home Demak.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau semua unsur yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ada pada dalam wilayah penelitian.<sup>4</sup> Melihat ukuran populasi populasi di bedakan menjadi dua yaitu

<sup>1</sup> Wachyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 12-20.

<sup>2</sup> Wachyu, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 18.

<sup>3</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 7.

<sup>4</sup> Azuar Juliandi. dkk., *Metode Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Prees, 2014),

populasi terbatas (*finite*) yaitu kumpulan objek atau individu yang menjadi objek penelitian yang menempati suatu area tertentu yang memiliki batas jelas yang membedakan kelompok populasi tersebut dengan populasi lain dan populasi tak terbatas (*infinite*) adalah kumpulan objek atau individu yang menjadi objek penelitian yang tidak diketahui batasan wilayah atau tidak dapat dilakukan pengukuran melalui jumlah keseluruhan individu yang terdapat wilayah yang ditempati.<sup>5</sup> Pada penelitian ini berdasarkan data yang diambil, populasinya adalah customer atau konsumen Ms Glow Beauty Home Demak terhitung dari tahun 2020 yaitu berjumlah 1914 customer.

## 2. Sampel

Sampel merupakan kumpulan beberapa perwakilan dari populasi atau bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian dan sampel merupakan hal yang mewakili anggota populasi tersebut.<sup>6</sup>

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan sampel *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampling yang memberi peluang atau memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk diambil sebagai sampel, pengambilan sampel dilakukan secara acak. Menggunakan teknik *simple random sampling*. *SimplerandomSampling* adalah cara pengambilan sampel yang diambil dari anggota populasi dengan acak tanpa membedakan strata yang ada dalam populasi tersebut. Kriteria sampel yang dipilih peneliti adalah customer Ms Glow Beauty Home Demak.

Dalam pengambilan atau penentuan jumlah sampel terdapat banyak cara atau rumus. Peneliti memilih menggunakan rumus yang dikembangkan Taro Yamane pada tahun 1973. Rumus tersebut dikenal dengan formula Solvin. Rumusnya yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \text{ atau } n = N / (1 + (N (e)^2))$$

Keterangan:

N = populasi sejumlah 1914 orang

e = error margin atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi sebesar 10%

n = jumlah sampel.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Budiono dan Wahyu Koster, *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 363.

<sup>6</sup> Azuar Juliandi, dkk., *Metode Penelitian Bisnis*, 51.

<sup>7</sup> Etta mamang sangadti dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2003), 143.

Dalam penelitian ini diketahui populasinya sebesar 160 orang. Berdasarkan rumus Solvin di atas maka sejumlah sampel dapat diketahui sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + (N(e)^2)) \\ &= 1914 / (1 + (1914 (0,10)^2)) \\ &= 1914 / (1 + (1914 \times 0,01)) \\ &= 1914 / (1 + 19,14) \\ &= 1914 / 20,14 \\ &= 95,03 \end{aligned}$$

Berdasarkan hitungan diatas, maka sampel penelitian dengan tingkat toleransi kesalahan 10% sebesar 95,03 dan peneliti membulatkannya menjadi 95 responden.

#### D. Identifikasi Variabel

Variabel merupakan karakter, sifat, simbol, ciri ataupun lambang yang dapat dipelajari dan dapat dibedakan serta memiliki variasi nilai.<sup>8</sup>Jadi segala sesuatu yang di dalamnya terdapat perbedaan nilai maka bisa dijadikan sebagai variabel penelitian. Peneliti menggunakan lebih dari satu variabel diantaranya tiga variabel bebas dan satu variabel tetap. Variabel dapat dibedakan dalam berbagai bentuk, yaitu:

##### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang dinamakan variabel terikat. Variabel inilah yang menjadi alasan terjadinya perubahan nilai pada variabel terikat. Peneliti memilih tiga variabel bebas yaitu harga (X1), halat produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

##### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan kebalikan dari variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi. Variabel terikat biasanya menjadi perhatian utama oleh peneliti karena variabel tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang dinamakan variabel bebas.<sup>9</sup>Peneliti menggunakan satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

#### E. Variabel Operasional

Variabel operasional yang dimaksud bukan pengertian teoritis seperti yang disajikan pada bab teori. Tetapi operasional variabel

---

<sup>8</sup> Azuar Juliandi, dkk., *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Medan: Media Inn, 2013), 24.

<sup>9</sup> Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 22.

menjelaskan operasional dari masing-masing variabel. Operasional ini bisa berupa pengujian ataupun pengukuran melalui tolak ukur, indikator ataupun alat uji untuk bisa menentukan kuantitas/kualitas suatu variabel.<sup>10</sup>

Definisi variabel operasional pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Referensi</b>
Harga (X1)	Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatmanfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang murah dan terjangkau.</li> <li>2. Harga yang sesuai dengan harapan konsumen.</li> <li>3. Harga yang lebih murah dari merk yang lain.</li> <li>4. Harga yang sesuai dengan kualitas produk.</li> <li>5. Menawarkan harga promo untuk produk spesial</li> </ol>	Philip Kotler, <i>Manajemen Pemasaran buku satu</i> (Jakarta: Selemba Empat, 1994), 16.

<sup>10</sup> Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 113.

Halal produk (X2)	<p>Produk halal menurut Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Produk halal adalah produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lain yang jika dikonsumsi atau digunakan tidak berakibat mendapatkan siksa (dosa) dan produk haram adalah produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lain yang jika dikonsumsi atau digunakan akan berakibat mendapat dosa dan siksa (azab) dari Allah SWT</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halal dzatnya</li> <li>2. Halal cara memperolehnya</li> <li>3. Halal dalam memprosesnya</li> <li>4. Halal dalam penyimpanannya.</li> <li>5. Halal dalam pengangkutannya</li> <li>6. Halal dalam penyajiannya.</li> </ol>	<p>Departemen Agama RI, <i>Pedoman Fatwa Produk Halal</i>, (Jakarta, Departemen Agama RI, 2003), hal. 22</p>
Kualitas Pelayanan (X3)	<p>Kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti Fisik.</li> <li>2. Keandalan.</li> <li>3. Daya Tanggap.</li> <li>4. Jaminan.</li> <li>5. Empati</li> </ol>	<p>Ni Made Arie Sulistyawati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” <i>Jurnal</i></p>

	keinginannya		<i>Manajemen Unud, No. 8 (2015): 2318<sup>11</sup></i>
Kepuasan konsumen (y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasasl dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Minat berkunjung kembali</li> <li>3. Kesiediaan merekomendasi kan</li> </ol>	Fandi, Tjiptono, “service Quality & satisfaction edisi 3”,(Yogyakarta: penerbit Andi, 2014), 101.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode kuesioner (angket)

Metode kuesioner (angket) merupakan metode penelitian dimana peneliti Menyusun daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk dapat mengetahui persepsi dari para responden mengenai variabel yang diangkat peneliti. Di dalam metode kuesioner dapat dibagi menjadi dua bentuk yaitu angket terbuka dan angket tertutup. Angket terbuka merupakan pertanyaan yang didalamnya tidak terdapat pilihan jawaban sehingga responden diberi peluang untuk menjawab dengan bebas. Sedangkan angket tertutup adalah peneliti memberikan beberapa pilihan jawaban didalam pertanyaan dan responden hanya bisa memilih jawaban yang sudah disediakan.<sup>12</sup> Disini peneliti menggunakan angket tertutup dimana peneliti sudah menyiapkan pilihan jawaban sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

Peneliti menggunakan instrument penelitian skala likert sebagai pengukuran data. Skala likert dapat digunakan peneliti untuk mengetahui persepsi atau pendapat masyarakat mengenai fenomena sosial yang ada. Fenomena sosial ini sudah disiapkan atau ditentukan oleh peneliti yang nantinya dapat disebut sebagai variabel penelitian dengan menggunakan skala likert. Variabel yang diukur ini dapat diubah menjadi indicator variabel yang nantinya akan digunakan sebagai Langkah pertama penyusunan pertanyaan ataupun pernyataan oleh peneliti.

<sup>11</sup>Ni Made Arie Sulistyawati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” Jurnal Manajemen Unud, (2015).

<sup>12</sup>Azuar, *metodologi penelitian bisnis*, 69.

Didalam skala likert ini, maka pilihan jawaban yang disediakan peneliti berupa pilihan jawaban mulai sangat positif sampai sangat negative. Jawaban tersebut diantaranya:

- a. Sangat setuju diberi poin 5
- b. Setuju diberi poin 4
- c. Netral diberi poin 3
- d. Tidak setuju diberi poin 2
- e. Sangat tidak setuju diberi poin 1

Skala likert ini dapat disajikan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan dan bentuk pilihan ganda atau table ceklis.<sup>13</sup>Dari penjelasan tersebut sudah jelas bahwa peneliti menggunakan data primer sebagai sumbernya.Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan peneliti sebagai orang pertama yang mengumpulkan data-data tersebut.Disini peneliti memilih kuesioner sebagai instrument untuk mengumpulkan data.<sup>14</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas Instrumen

Nama lain dari validitas yaitu tepat, benar, shohih dan tidak melenceng. Peneliti menguji validitas sama saja untuk menguji tingkat kebenaran dan ketepatan suatu instrumen sebagai alat ukur suatu variabel penelitian. Jika hasil dari instrumennya valid maka hasil pengukuran mempunyai kemungkinan yang valid juga.Peneliti merancang sendiri instrumen (alat ukur) dengan menyusun beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat responden.Item pertanyaan disusun dengan merujuk dari teori sebelumnya sehingga bisa menghasilkan instrumen yang benar dan rasional.Selanjutnya peneliti menyebarkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan tersebut kepada responden untuk dijawab.Setelah responden selesai menjawab maka instrumen bisa dikembalikan lagi kepada peneliti untuk diuji kevalidannya.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Sugiyono, *metode penelitian bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012),132-133.

<sup>14</sup> Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 28.

<sup>15</sup>Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77.

## b. Uji Reabilitas Instrumen

Nama lain dari reliabilitas adalah terpercaya, handal dan stabil. Peneliti menguji reliabilitas karena penguji ingin mengetahui instrumen penelitiannya termasuk dapat dipercaya atau tidak. Jika instrumen dari variabel penelitian itu handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga bisa mempunyai tingkat kehandalan atau tingkat kepercayaan yang tinggi pula.<sup>16</sup> Suatu tes bisa dianggap reliabel jika mempunyai tingkat konsistensi yang baik. Konsistensi yang baik maksudnya hasil dari tes tersebut selalu ajeg walaupun dengan situasi yang berbeda. Jadi harus memiliki tingkat keajegan dan tingkat kemantapan. Dalam penelitian kuantitatif penilaian reliabilitas menganut pada standarisasi alat ukur yang dipakai.<sup>17</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi, variabel bebas dan terikatnya memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai  $L_{hitung} > L_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sedangkan jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.<sup>18</sup> Sedangkan untuk menguji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov caranya sebagai berikut:

- 1) Analyze
- 2) Nonparametric test
- 3) 1 sampel K-S
- 4) Pindahkan ke kolom variabel, pilih variabel yang akan diuji
- 5) Ceklis normal
- 6) Klik Ok

Untuk menentukan normal atau tidak, maka bisa dilihat dari probabilitasnya. Dikatakan normal jika nilai dari kolmogorov smirnov tidak signifikan ( $Asymp. Sig (2-tailed) > \alpha 0,05$ ).<sup>19</sup> Hasil penelitian yang baik yaitu setelah diuji normalitasnya mendapat hasil normal.

<sup>16</sup> Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 80.

<sup>17</sup> Nurlina, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 91.

<sup>18</sup> Murwani, *Statistik Inferensial Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Malang: UIN Malang, 2001), 20.

<sup>19</sup> Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 161.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang kuat atau tidak pada variabel bebas (variabel independen). Untuk menilainya dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tidak melebihi 4 atau 5.<sup>20</sup> Jadi jika kedua variabel bebas (variabel independen) yaitu ROE dan ROA tidak melebihi batas yang sudah ditentukan yaitu 5, maka tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independen tersebut.<sup>21</sup> Hasil penelitian yang baik yaitu jika setelah diuji multikolinearitasnya maka tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan peneliti untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan yang lainnya. Jika residual varians dari pengamatan ke pengamatan lain nilainya tetap maka disebut homokedastisitas atau tidak heterokedastisitas. Tetapi jika residual varians dari pengamatan ke pengamatan lain nilainya berbeda maka disebut heterokedastisitas. Hasil yang baik yaitu jika tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>22</sup>

Untuk mengetahui terjadi heterokedastisitas atau tidak, maka dengan melihat pola atau titik-titik yang ada. Jika titik-titiknya membentuk pola yang teratur maka terjadi heterokedastisitas, sedangkan jika pola titik-titiknya tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>23</sup> Ada cara lain untuk mengujinya, yaitu dengan cara uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residual. Kriteria penarikan kesimpulannya yaitu tidak terjadi heterokedastisitas jika nilai  $t$  pada probabilitas  $\text{sig} > 0,05$  yaitu bisa dilihat pada tabel *coefficients*.

<sup>20</sup>Hines dan Montgomery, *Probabilitas dan Statistik dalam Ilmu Rekayasa dan Manajemen* (Jakarta: UI Pers, 1990), 701.

<sup>21</sup>Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 161.

<sup>22</sup> Arief dan Sritua, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1993), 217.

<sup>23</sup> Santoso dan Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000), 29.

### 3. Teknik Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Jadi analisis ini bertujuan untuk memprediksi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing dari variabel bebas mempunyai korelasi yang positif atau negatif.<sup>24</sup> Dalam analisis regresi linear berganda dapat menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : kepuasan konsumen

a : konstanta

$b_1$  : koefisien regresi lokasi

$b_2$  : koefisien regresi kualitas pelayanan

$b_3$  : koefisien regresi kepercayaan

$X_1$  : harga

$X_2$  : halal produk

$X_3$  ; kualitas pelayanan

e : standar error

sebenarnya bisa menggunakan nilai statistik t, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi untuk melihat keakuratan fungsi regresi sampel dan mengestimasi nilai.<sup>25</sup>

#### b. Uji t (Uji Parsial)

Dalam uji t ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Hasil t dapat dilihat dari *output coefficients* pada analisis regresi linear berganda.<sup>26</sup> Jadi peneliti akan menguji apakah variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau tidak. Dalam melaksanakan uji t dapat menggunakan rumus hipotesis, yaitu sebagai berikut:

##### 1) Hipotesis 1

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen

<sup>24</sup> Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2002), 761.

<sup>25</sup> V. Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 20015) 160.

<sup>26</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 66.

- H1 : ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen
- 2) Hipotesis 2  
 Ho : tidak ada pengaruh antara halal produk terhadap kepuasan konsumen  
 H2 : ada pengaruh antara halal produk terhadap kepuasan konsumen
- 3) Hipotesis 3  
 Ho : tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen  
 H3 : ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- Kesimpulannya sebagai berikut :
- 1) Menggunakan taraf signifikan 0,05
    - Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak
    - Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima
  - 2) Menggunakan t hitung dan t table
    - Jika t hitung > t table berarti Ho ditolak dan Ha diterima
    - Jika t hitung < t table berarti Ho diterima dan Ha ditolak.<sup>27</sup>

**c. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)**

Uji F bertujuan untuk menguji signifikan seberapa besar variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jadi peneliti akan menguji seberapa besar variabel independen (X1, X2 dan X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Hampir sama dengan uji t, uji F ini bisa dilakukan dengan menggunakan rumus Ho dan Ha, caranya sebagai berikut:

Ho : tidak ada pengaruh secara Bersama-sama antara harga, halal produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Ha : ada pengaruh secara Bersama-sama antara harga, halal produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulannya sebagai berikut:

- 1) Menggunakan taraf signifikan 0,05
  - Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak
  - Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima

---

<sup>27</sup>V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 161-162.

- 2) Menggunakan F hitung dan F table
  - jika F hitung  $>$  F table berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - jika F hitung  $<$  F table berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>28</sup>

**d. Uji Koefisien Determinasi**

Dalam analisis determinan yang dilakukan peneliti untuk menguji prosentasi sumbangan seberapa besar pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Jika  $R^2$  sama dengan nol artinya tidak ada prosentasi sumbangan yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika  $R^2$  sama dengan satu artinya sempurna antara prosentasi sumbangan yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel bebas memiliki kemampuan 100% dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil analisisnya bisa dilihat pada hasil analisis regresi linear berganda Model Summary.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>V. Wiratma, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162-164

<sup>29</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 68.