

BAB III

METODE PENELITIAN DAN PENDEKATAN PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metodologi mengandung makna yang lebih luas menyangkut prosedur dan cara melakukan verifikasi data yang diperlukan untuk memecahkan atau menjawab masalah penelitian¹

Maka, jenis penelitian yang dipakai adalah jenis (*field research*), adalah penelitian yang sering dilaksanakan pada berbagai cabang ilmu pengetahuan khususnya ilmu sosial karena kancah dihuni oleh masyarakat maka dapat dipastikan bahwa keseluruhan penelitian kancah berhubungan dengan pranata dan budaya serta pengalaman hidup masyarakat, kelompok dan individu.² Jenis penelitian ini yaitu, dengan melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada dirumah, atau konsumen dilokasi pasar, para turis dipusat hiburan (daerah wisata) dan pelanggan jasa perhotelan, perbankan, pos, serta sebagai pengguna alat transportasi umum lainnya.³

Pendekatan penelitiannya adalah pendekatan kuantitatif, Penelitian dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.⁴ Selain itu penelitian ini juga berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu.⁵ Dengan bertujuan untuk menguji teori,

¹Nana Sujana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung:Sinar BaruAlgesindo,2001, hlm.16.

²Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Kedua, Kencana, Surabaya, 2004, Hlm. 56

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Raja Grafindo Persada, Purwokerto, 2010, Hlm. 20

⁴*Ibid*, Hlm. 20

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2012, Cet. 15, Hlm. 14

membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.⁶ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menggambarkan dan menjelaskan seberapa jauh Pengaruh Kualitas Nilai Pelayanan, Citra Toko Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD Menara 05 Kudus

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data di sebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti baik, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumberdatanya dapat berupa benda, gerak, proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatan lah yang menjadi sumberdata, sedang isi catatan subyek penelitian atau variabel penelitian.

Adapun untuk mempermudah mengidentifikasi sumber data, maka peneliti mengklasifikasikan menejadi 3 tingkatan huruf p dari bahasa Inggris yaitu:

p = person, sumber data berupa orang.

p = place, sumber data berupa tempat.

p = paper, sumber data berupa simbol.

Keterangan singkat untuk ketiganya adalah sebagai berikut:

1. Person: Sumber data berupa orang yang dapat memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau jawaban tertulis melalui angket.
2. Place: Sumber data berupa tempat yaitu yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam yaitu: ruang, kelengkapan alat dan lain-lain. Dan keadaan bergerak adalah: aktivitas, kinerja, kegiatan belajar mengajar dan lain-lain.

⁶ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Teras, Yogyakarta, 2011, Hlm. 10

3. Paper: Sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar, atau simbol-simbol lain.⁷

Dalam penelitian ini, maka sumber data yang digolongkan ke person adalah karyawan UD Menara 05 Kudus, sedangkan yang digolongkan ke place ialah pelanggan UD Menara 05 Kudus serta yang digolongkan ke dalam paper yaitu semua fenomena-fenomena yang terjadi dalam UD Menara 05 Kudus.

C. Indikator Penelitian

Variabel	Pengertian	Indicator
Kualitas pelayanan	persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Realibility</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i>⁹
Citra toko	seperangkat keyakinan, ide, dan kesan bahwa seseorang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai produk 2. Karakteristik produk 3. Asosiasi pelanggan¹¹

⁷Suharsimi Arikuntho, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Ptaktik*, Rinaka Cipta, Jakarta, 2006 hlm 129

⁸Aaker, D.A. 1992. *Strategic Market Management*, John Wiley and Sons, New York hlm 122

⁹Opcit Fandy Thiptono *Pemasaran Jasa* Hlm 70

	memegang tentang obyek ¹⁰	
Harga	suatu produk terkandung nilai ekonomis yang pada umumnya ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya 2. Organisasi 3. Posisi suatu produk 4. Manfaat 5. Hargaproduk lain¹³
Kepuasan pelanggan	tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dari sebuah produk yang dirasakan dengan yang diharapkan ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan¹⁵

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh tumbuhan, udara, gejala, nilai peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.¹⁶ Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek

¹¹ *Opcit* Aaker hlm 125

¹⁰ Kotler, Philip, 2009. *Marketing Management*, New Jersey, Prentice Hall Inc. hlm 143

¹² Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta hlm 241

¹³ *Ibid* hlm 241

¹⁴ Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfsction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama hlm 23

¹⁵ *Opcit* Tjiptono 2000 hlm101

¹⁶ *Ibid*, Hlm. 109

atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan sebagainya pelanggan yaitu karyawan 10 orang dan pelanggan 210 orang jadi populasinya 220 orang¹⁷.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian yang diambil dari suatu populasi.¹⁸ Dalam penarikan sampel, umumnya dikenal dua cara, yaitu *Probability sampling* dan *non probability sampling*.¹⁹

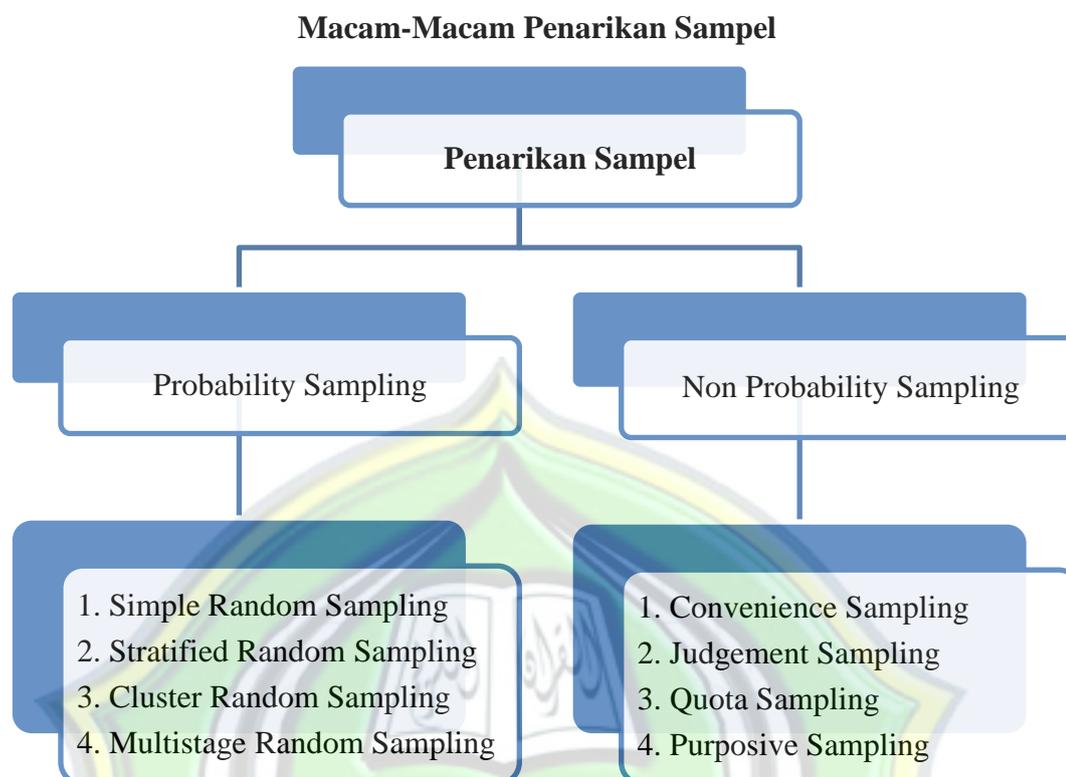
Dengan kata lain *Probability sampling*, adalah suatu proses pengambilan sampel dimana unit-unit dipilih dengan suatu prosedur “*chance*” sehingga probabilitas dan peluang setiap unit untuk termasuk sebagai sampel dapat diketahui, sedangkan *non probability sampling* adalah semua metode pemilihan sampel tidak dengan prosedur “*chance*” atau tidak dengan terpilih yang diketahui untuk setiap unit.²⁰

¹⁷Wawancara di UD menara 05 kepada Bapak Rifqiubaidillah pada tanggal 21 01 2017

¹⁸Sudaryono, *Statistika Probabilitas (Teori dan Aplikasi)*, Andi, Yogyakarta, 2011, Hlm. 140

¹⁹W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, Grasindo, Jakarta, 2000, Hlm. 82

²⁰Abuzar Asra dan Achmad Prasetyo, *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*, Rajawali Pers, Jakarta, 2015, Hlm. 35



Penarikan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah Probability Sampling, dimana keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.²¹ Dengan pemilihan ragam sampling bertujuan (*purposive sampling*), yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih secara sengaja menyesuaikan dengan tujuan penelitian, sebagai pemilihan sampelnya.²² Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan seluruh karyawan dan sebagian pelangganyaitu 220 orang. Selanjutnya dari keseluruhan jumlah populasi tersebut hanya diambil sample dari beberapa orang sebagai objek penelitian, yaitu 22 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Menurut Suharsimi Arikunto, sebagai acuan dalam mengambil sample, “apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya

²¹ Burhan Bungin, *Op. Cit.*, Hlm. 116

²² Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk psikologi dan pendidikan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007, Hlm. 257

jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10%-15%, atau 20%-25% atau lebih.”²³.

E. Tata Variabel Penelitian.

Sesuatu dinamai variabel dikarenakan secara kuantitatif atau kualitatif ia dapat bervariasi. Apabila sesuatu tidak dapat bervariasi maka ia bukan variabel melainkan konstanta.²⁴ Dengan demikian variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk kualitas, kuantitas, mutu dan standar.²⁵ Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Yaitu suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain.²⁶ Adapun variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Kualitas pelayanan (X-1)*, *Citra Toko (X-2)*, *Harga (X-3)* . untuk mengukurnya penulis menggunakan alat ukur skor, dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Yaitu suatu variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.²⁷ Adapun variabel terikat yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan(Y).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pakai dalam penelitian ini dengan bersumber data primer, yaitu data yang dihimpun langsung oleh peneliti.²⁸ Dengan melakukan:

1. Metode Penelusuran Data Online

²³*Ibid.*, hlm. 120.

²⁴ Saifuddin azwar, *Metode Penelitian*, t. Penerbit, Yogyakarta, 1997, Hlm.59

²⁵ Burhan Bungin, *Op. Cit.*, Hlm. 69

²⁶ Masrukhin, *Metode Penelitian Pendidikan dan Kebijakan*, Ilmu Media Press, Kudus, 2008, Hlm.146

²⁷ Masrukhin, *Loc. Cit.*

²⁸ Riduwan, *Skala Pengukuran Varabel-variabel Penelitian*, Alfabeta, Bandung 2002, Hlm.24

Metode Penelusuran Data Online adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *online*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi *online* berupa data maupun informasi, teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.²⁹

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.³⁰

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu instrument.³¹ Suatu instrument yang valid jika mempunyai validitas tinggi tetapi jika rendah maka instrumen kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang di inginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus korelasi product moment.

Kriteria Uji Validitas

Jika $r_{\text{hasil}} \geq r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.

Jika $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.³²

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat di percaya untuk digunakan sebagai

²⁹Burhan Bungin, *Op. Cit.*, Hlm. 158

³⁰Riduwan, *Op. Cit.*, Hlm. 31

³¹Suharsimi Arikunto, *Op. Cithlm.* 168

³²*Ibid*, hlm 170.

alat mengumpulkn data karena istrumen tersebut baik. Reliabilitas artinya dapat dipercaya.³³ Instrumen yang sudah dapat di percaya atau yang reliable akan menghasilkan data yang dapat di percaya. Untuk menguji reliabilitas peneliti program SPSS dengan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha. Instrument dikatakan reliabel apa bila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistic Cronbach Alpha $> 0,60$ dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling kekiri atau kekanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.³⁴ Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara sebagai berikut:

a. Tes statistik berdasarkan nilai kurtosis dan skewness

Kejulingan (skewness) merupakan statistik yang dipakai untuk menentukan apakah distribusi kasus berkurve normal atau tidak. Model positif terjadi apabila ekor memanjang ke sebelah kanan dan menunjukkan bahwa kasus banyak terklaster di kiri mean dengan kasus ekstrim di kanan. Sebaliknya, jika ekornya memanjang ke kiri disebut model negatif, dan menunjukkan

³³*Ibid*, hlm 178.

³⁴*Ibid*, hlm. 186

bahwa kasus banyak terklastrer di kanan mean dengan kasus ekstrim ke kiri. Model simetris mempunyai kejulungan = 0. Dalam hal ini model berdistribusi normal pada program SPSS, jika mempunyai kejulungan ± 1 . Kurtosis merupakan suatu cara untuk mengetahui tinggi rendahnya atau ruuncingnya bentuk kurve. Distribusi normal akan mempunyai kurtosis = 0. Sedangkan dalam program SPSS distribusi dipandang normal bila mempunyai kurtosis ± 3 .³⁵

b. Tes statistik berdasarkan tes of normality (Shapiro-Wilk dan Kolmogorov Smirnov test), dengan kriteria pengujian :

- 1) Jika angka signifikansi (SIG) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
- 2) Jika angka signifikansi (SIG) $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.³⁶

2. Uji Linearitas Data

Linearitas adalah keadaan di mana hubungan antara dua variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu. Uji linieritas bisa diuji dengan menggunakan *scatter plot* (diagram pencar) seperti yang digunakan untuk deteksi data outlier, dengan memberi tambahan garis regresi. Oleh karena *scatter plot* hanya menampilkan hubungan dua variabel saja, jika lebih dari dua data, maka pengujian data dilakukan dengan berpasangan tiap dua data. Kriterianya adalah:

- a. Jika pada grafik mengarah ke kanan atas, maka data termasuk dalam kategori linier
- b. Jika pada grafik tidak mengarah ke kanan atas, maka data termasuk dalam kategori tidak linier.³⁷

3. Uji Multikolinieritas

³⁵*Ibid*, hlm. 187

³⁶*Ibid*, hlm. 188

³⁷ Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 189

Bertujuan untuk menguji regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi didalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation factor. (VIF)

Jika korelasi dibawah 90% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.³⁸

I. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.³⁹ Dalam melakukan analisis, tahap-tahap yang dilalui oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UD Menara 05 Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra toko terhadap kepuasan pelanggan di UD Menara 05 Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di UD Menara 05 Kudus.
4. Melakukan pengujian statistik untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya dan menganalisisnya.
5. Melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis.

Langkah analisis yang perlu diurai adalah sebagai berikut:

- a. Analisis Deskriptif

³⁸ Ibid, Hlm. 184

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014, Hlm. 147

Penelitian yang diambil dalam analisis data adalah statistik deskriptif, dimana statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi yaitu dengan tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase.⁴⁰ Hipotesis yang digunakan yaitu hipotesis asosiatif, adalah dugaan terhadap ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua variabel atau lebih.⁴¹ Serta mencari koefisien determinasi/Variabel penentu.⁴²

i. Statistik deskriptif

Dalam statistik deskriptif akan menggunakan Tendensi sentral rata-rata. Rata-rata adalah nilai tengah dari suatu jumlah keseluruhan bilangan, yang berasal dari jumlah keseluruhan nilai bilangan serta terlebih dulu dibagi dengan kebanyakan unit dari keseluruhan bilangan tersebut.⁴³ Untuk statistik deskriptif ini digunakan untuk menganalisis rata-rata Pengaruh Kualitas Nilai Pelayanan, citratoko Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di UDMenara 05 Kudus

ii. Hipotesis asosiatif

bila datanya berbentuk interval atau ratio, digunakan korelasi produk moment, yaitu untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independent dengan satu dependen.⁴⁴

⁴⁰ *Ibid*, Hlm. 147-148

⁴¹ Sugiyono, *Op. Cit.*, 2014, Hlm. 151

⁴² Masrukhin, *Op. Cit.*, 2010, Hlm. 199

⁴³ Burhan Bungin, *Op. Cit.*, Hlm. 185

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014, Hlm. 153

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

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi,

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

iii. Mencari Koefisien Determinasi

Adalah variabel penentu.⁴⁵

karena varians yang terjadi pada variabel kinerja keuangan dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel kualitas nilai pelayanan, gaya pemimpin dan perilaku karyawan dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan, rumusnya :

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

J. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Secara umum, data hasil pengamatan Y dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$. Rumus umum dari regresi linier berganda adalah⁴⁶

$$Y = a + b X_1 + bX_2 + cX_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasanpelanggan (nilai yang diprediksikan)

X_1 = Kualitas pelayanan.

⁴⁵Masrukhin, *Op. Cit.*, Hlm. 199

⁴⁶Husein Umar, *Op. Cit.* Hlm. 173-174

X_2 = Citra toko.

X_3 = Harga

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau pun penurunan)

b. Uji T untuk satu sampel

Uji ini untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang akan kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel.

Untuk menguji kemaknaan koefisien parsial maka digunakan Uji t dengan taraf signifikan 5%. Caranya adalah dengan membandingkan nilai probabilitas (*p value*) dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Apabila dari hasil perhitungan dengan bantuan komputer SPSS diperoleh nilai probabilitas (*p value*) < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel X_1, X_2 dan X_3 berpengaruh terhadap Y secara terpisah (parsial). Dalam penelitian ini berarti kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara terpisah. Sebaliknya apabila diperoleh nilai probabilitas (*p value*) > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel X_1, X_2 dan X_3 tidak berpengaruh terhadap Y secara terpisah (parsial). Dalam penelitian ini berarti kualitas pelayanan dan nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara terpisah.

H_0 dapat diterima jika : t hitung lebih kecil sama dengan t tabel atau signifikan lebih besar dari 0,05

H_1 dapat diterima jika : t hitung lebih besar t tabel atau signifikan lebih kecil dari 0,05.⁴⁷

c. Uji F regresi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari F regresi (F_{reg}). Analisis ini dilakukan untuk menguji

⁴⁷Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Andi, Purwokerto, 2005, Hlm. 187

apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau tidak. Pengujian tersebut menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ Reg} = \frac{R^2(N - M - 1)}{M(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F Reg : Harga F garis regresi

N : Jumlah responden

M : Jumlah prediktor

R : Koefisien korelasi X dan Y

