

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria.

##### 2. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>2</sup>

#### B. Sumber Data

Data didapatkan dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi). Semua data yang ada pada hakikatnya merupakan cerminan suatu variabel yang diukur menurut klasifikasinya. Misalnya data menurut sumber perolehannya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Atau dengan

---

<sup>1</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi&Bisnis*, Yogyakarta, UII Press, 2005, hlm. 34.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2012, hlm.8.

kata lain data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.<sup>3</sup> Data primer ini diperoleh dari para peziarah atau konsumen kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>4</sup> Data sekunder dalam hal ini, peneliti melakukan dengan membaca, mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian ini.

## C. Populasi Dan Sampel

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di area Makam Sunan Muria .

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).<sup>6</sup>

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling insidental. Sampling insidental adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental

---

<sup>3</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm.101-102

<sup>4</sup> Muhammad, *Ibid*, hlm. 102.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 297.

<sup>6</sup> Sugiyono, *OpCit*, hlm 381

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>7</sup>

Menurut Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian salah satunya yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500<sup>8</sup>

Populasi yang diteliti tidak terbatas atau tidak diketahui dengan pasti, dan dengan keterbatasan penulis maka sampel dapat ditetapkan sebanyak 100 responden.

#### D. Tata Variabel Penelitian

Menurut Kerlinger sebagaimana dikutip dari Sugiyono menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Di bagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variable dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari satu nilai yang berbeda (*different values*).

Kidder menyatakan bahwa variable adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat dirumuskan disini bahwa variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan dua variable:

1. Variabel Independen, variable ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *OpCit*, hlm. 124-131.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Peneletian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 91.

<sup>9</sup> Sugiyono, *OpCit*, hlm. 61

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lokasi yang dilambangkan dengan (X1), Pelayanan yang dilambangkan dengan (X2) dan harga yang dilambangkan dengan (X3).

2. Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang dilambangkan dengan huruf (Y).<sup>10</sup>

### E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini, maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel. Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Variabel	Pengertian	Dimensi	Indikator	Referensi
Lokasi (X1)	Lokasi suatu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan fisik dan berhubungan dengan cara penyampaian produk kepada konsumen		a. Akses	Fatchur Rachman, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya, Jurnal Ilmu & Riset
			b. Visibilitas	
			c. Lalu lintas	
			d. Tempat parkir	
			e. Ekspansi	
			f. Kompetisi	
			g. Peraturan pemerintah <sup>11</sup>	

<sup>10</sup> Sugiyono, *OpCit*, hlm.61.

<sup>11</sup> Tjiptono dan Chandra, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta, edisikedua, 2010, hlm. 81.

				Manajemen, 2014, Volume 3, Nomor 11, hlm. 5
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.	a. Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	a. Kesiediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan	Fandi Tjiptono, <i>Service Management mewujudkan layanan prima</i> , CV ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2008
			b. Merespon permintaan dengan segera	
		b. Jaminan ( <i>assurance</i> )	c. Pengetahuan	
		c. Empati ( <i>empathy</i> )	d. Memberikan perhatian personal kepada pelanggan	
		d. Bukti fisik ( <i>tangibles</i> )	e. Penampilan fisik fasilitas layanan	
			f. Peralatan dan perlengkapan	
			g. Sumber daya manusia <sup>12</sup>	
Harga (X3)	Harga adalah nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar	a. Permintaan produk	a. Harga yang diharapkan " <i>expected price</i> "	William J Stanton, <i>Prinsip Pemasaran</i> , terj. Y Lamarto, Erlangga, Jakarta, 2000
		b. Target pangsa pasar	b. Memperkirakan volume penjualan atas harga yang berbeda-beda	
			c. Menetapkan harga dengan lebih agresif	

<sup>12</sup> Fandi Tjiptono, *Service Management mewujudkan layanan prima*, CV ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2008, hlm. 95.

		c. Penetapan harga penetrasi lawan penetrasi harga saringan	d. Menetapkan harga awal yang tinggi e. Menetapkan harga awal yang rendah	
		d. Bagian lain dari bauran pemasaran	f. Produk g. Saluran distribusi <sup>13</sup>	
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja actual jasa	a. <i>Attributes related to product</i>	a. kemampuan produk menentukan kepuasan	Basrah Saidani dan Samsul Arifin, <i>Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market</i> , Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), 2012, Volume 3, Nomor 1, hlm.6.
		b. <i>Attributes related to service</i>	b. proses pemenuhan pelayanan c. proses penyelesaian masalah	
		c. <i>Attributes related to purchase</i> <sup>14</sup>	d. kemudahan mendapatkan informasi e. kesopanan karyawan	

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode angket (kuesioner). Kuesioner merupakan

<sup>13</sup> William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, terj. Y Lamarto, Erlangga, Jakarta, 2000, hlm. 316-320.

<sup>14</sup> Dutka Alan, *AMA Hand Book for Customer Satisfaction: A Complete Guidance to Research, Planning, and Implementation*, NTC Business Book, Lincolnwood, Illinois,

teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>15</sup> Kuesioner (angket) tersebut diberikan kepada para pelanggan atau konsumen yang ada di Makam Sunan Muria, dalam hal ini berupa sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi.

Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi nilai yaitu:

- Setuju/selalu/sangat positif (5)
- Setuju/sering/positif (4)
- Ragu-ragu/kadang-kadang/netral (3)
- Tidak setuju/hamper tidak pernah/negative (2)
- Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat positif (1)<sup>16</sup>

Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijadikan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>17</sup>

## **G. Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian**

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Ada beberapa cara untuk mengukur tingkat validitas yaitu dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel maupun menghitung korelasi bivariate antara

---

<sup>15</sup>Sugiyono, *OpCit*, hlm. 142.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm. 86-87.

<sup>17</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, 2009, hlm. 163.

masing-masing skor indicator dengan total skor konstruk dengan menggunakan program SPSS<sup>18</sup>

Uji Signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk degree of freedom (df)= n-2 dalam hal ini n adalah jumlah sample. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid. Pada penelitian ini, pengukuran validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sehingga membandingkan antara r tabel dengan r hitung dari nilai *Corrected Item – Total Correlation*.<sup>19</sup>

Pengujian validitas penelitian ini berdasarkan *pilot test* (non responden) dan yang menjadi non responden adalah pedagang di area makam Sunan Muria selain sinom sebanyak 30 orang

Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30-2 atau df=28 dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0,361. Apabila r hitung (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item – Total Correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk menguji validitas instrument, penulis menggunakan analisis dengan SPSS 16.0

**Tabel 3.2**

**Hasil Uji validitas Instrumen<sup>20</sup>**

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation (r hitung)	R Tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	L 1	0,410	0,361	<i>Valid</i>
	L 2	0,373	0,361	<i>Valid</i>
	L 3	0,433	0,361	<i>Valid</i>

<sup>18</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011, hlm. 52-54.

<sup>19</sup> Imam Ghazali, *Ibid*, hlm. 53

<sup>20</sup> Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Validitas Instrumen pada tanggal 13 Maret 2018



	L 4	0,618	0,361	<i>Valid</i>
	L 5	0,445	0,361	<i>Valid</i>
	L 6	0,425	0,361	<i>Valid</i>
	L 7	0,033	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	L 8	-0,016	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	L 9	0,414	0,361	<i>Valid</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	P 1	0,347	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	P 2	0,353	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	P 3	0,436	0,361	<i>Valid</i>
	P 4	0,631	0,361	<i>Valid</i>
	P 5	0,445	0,361	<i>Valid</i>
	P 6	0,314	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	P 7	0,309	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	P 8	0,097	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	P 9	0,618	0,361	<i>Valid</i>
	P 10	0,382	0,361	<i>Valid</i>
	P 11	0,495	0,361	<i>Valid</i>
	P 12	0,608	0,361	<i>Valid</i>
Harga (X3)	H 1	0,378	0,361	<i>Valid</i>
	H 2	0,477	0,361	<i>Valid</i>
	H 3	0,420	0,361	<i>Valid</i>
	H 4	0,453	0,361	<i>Valid</i>
	H 5	0,386	0,361	<i>Valid</i>
	H 6	0,148	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	H 7	0,398	0,361	<i>Valid</i>
	H 8	0,537	0,361	<i>Valid</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	KK 1	-0,014	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	KK 2	-0,045	0,361	<i>Tidak Valid</i>
	KK 3	0,543	0,361	<i>Valid</i>
	KK 4	0,620	0,361	<i>Valid</i>

	KK 5	0,362	0,361	<i>Valid</i>
	KK 6	0,549	0,361	<i>Valid</i>
	KK 7	0,395	0,361	<i>Valid</i>
	KK 8	0,537	0,361	<i>Valid</i>
	KK 9	0,459	0,361	<i>Valid</i>
	KK 10	0,094	0,361	<i>Tidak Valid</i>

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa terdapat 39 item pernyataan. Dan hanya 28 item pernyataan yang memiliki  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,361) dan bernilai positif maka dari 39 item pernyataan tersebut 28 item pernyataan dapat dikatakan valid dan 11 item pernyataan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali.<sup>21</sup>

Menurut Djameluddin Ancok sebagaimana dikutip dari Supardi menyebutkan reliabilitas adalah instrument yang dipakai untuk menunjukkan apakah hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.

Menurut Soemantosebagaimana dikutip dari Supardi menyebutkan reliabilitas adalah tingkatan pada mana suatu tes secara konsisten mengukur berapapun hasil pengukuran itu. Dinyatakan dengan angka-angka (biasanya sebagai suatu koefisien), koefisien yang lebih dari 0,90 akan dapat diterima untuk setiap tes.<sup>22</sup>

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu

<sup>21</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm. 101-102.

<sup>22</sup>Supardi, *OpCit*, hlm.

kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun criteria bahwa instrument ini dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil ( $<0,60$ ) maka dikatakan tidak reliabel.<sup>23</sup>

Pengujian reliabilitas penelitian ini berdasarkan *pilot test* (non responden) dan yang menjadi non responden adalah pedagang di area makam Sunan Muria selain sinom sebanyak 30 orang.

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen<sup>24</sup>**

<b>Variabel</b>	<b>Reliability Coefficient</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>keterangan</b>
Lokasi (X1)	7 item	0,663	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	7 item	0,774	Reliabel
Harga (X3)	7 item	0,698	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	7 item	0,683	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variable memiliki nilai *cronbac's alpha*  $> 0,60$ . Dengan demikian, semua variable (X1, X2, X3, dan Y) dapat dikatakan *reliable*.

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam Uji Asumsi Klasik:

<sup>23</sup> Masrukhin, *OpCit*, hlm. 171.

<sup>24</sup> Hasil olah SPSS berdasarkan Uji Reliabilitas Instrumen, pada tanggal 13 Maret 2018

### 1. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas adalah keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas. Beberapa metode uji multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi atau membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ).

Pada penelitian, untuk mendeteksi multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan *Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, apabila mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).<sup>25</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya), jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi salah satunya adalah dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$

<sup>25</sup> Duwi Prayitno, *Cara Kiat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, ANDI, Yogyakarta, 2012, hlm. 151-152.

Tdk ada korelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tdk ada korelasi negative	No desicison	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tdk ada autokorelasi, Positif dan negative	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu uji Glejser, melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi atau dengan uji koefisien korelasi Spearmans's Rho.<sup>26</sup>

Pada penelitian ini, heteroskedastisitas diuji menggunakan grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>27</sup>

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas pada mode regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Pada penelitian ini uji normalitas akan menggunakan metode grafik, metode One Sample Kolmogorov Smirnov dan metode Histogram.

<sup>26</sup> Duwi Prayitno, *Ibid*, hlm. 158

<sup>27</sup> Imam Ghozali, *OpCit*, hlm. 125

Metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardize residual. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal. Sedangkan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan pengujian tingkat signifikansi jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka residual berdistribusi normal. Dan metode Histogram untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.<sup>28</sup>

## I. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Dalam penelitian kuantitatif proses analisis data yaitu dengan cara:

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_nX_n$$

Keterangan

$Y'$  = Kepuasan Konsumen

$a$  = Konstanta

$b_1$ , = Koefisien regresi variabel Lokasi

$b_2$ , = koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

$b_3$  = Koefisien regresi variabel Harga

<sup>28</sup> Duwi Prayitno, *OpCit*, hlm. 144-147.

- $X_1$ ,                    = Lokasi  
 $X_2$ ,                    = Kualitas Pelayanan  
 $X_3$                     = Harga

## 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan

$b_i$  = Koefisien regresi variabel i

$S_{b_i}$  = Standar error variabel i

Pengujian koefisien regresi variabel:

### a) Menentukan Hipotesis

$H_0$  = secara parsial tidak ada pengaruh

$H_a$  = secara parsial ada pengaruh

### b) Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

### c) Kriteria Pengujian

$H_0$  diterima jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

$H_a$  ditolak jika  $-t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

## 3. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan sedikit pun variabel dependen.

sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1 maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.<sup>29</sup>



---

<sup>29</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm.66-69