

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum, seperti pegawai negeri sipil, siswa atau mahasiswa, petani, pedagang, dan sebagainya maupun masyarakat secara khusus, yaitu hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya.¹ Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PT Rocket Chicken cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. 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/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Dengan metode kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Masalah populasi timbul pada penelitian opini yang

¹ Toto Syatori dan Nang Ghazali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018),35-36.

menggunakan metode survei sebagai teknik pengumpulan data.³

Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan di PT Rocket Chicken Cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus. Oleh karena itu, penelitian ini populasinya tidak terhingga.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁴

Untuk menentukan berapa sampel yang akan diambil, maka dapat menggunakan metode *nonprobability sampling*. Dengan menggunakan teknik *sampling Aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.⁵ Untuk mengetahui seberapa banyak sampel minimal yang mewakili populasi pelanggan PT Rocket Chicken Cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus.

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus dibawah yaitu⁶:

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 \cdot p(1 - p)}{\varepsilon^2}$$

³ Nur Indriantoro, dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), cet. 2, 115.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), Cet. Ketujuh, 73.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), Cet. Ketujuh, 77.

⁶ Suharyadi dan Purwanto, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), Ed. 3, 77.

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

p = maksimal estimasi 0,5

ε = sampling error = 10%

z = tingkat kepercayaan 95% = 1,96

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 \cdot p(1-p)}{\varepsilon^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 = 96$ orang, setidaknya yang akan menjadi responden peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 96 orang.

C. Identifikasi Variabel

Variabel pada hakikinya merupakan konsep yang mempunyai variasi nilai, variabel adalah karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai – nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu.⁷ Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Macam-macam variabel dalam penelitian ini adalah :

⁷ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 102.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), Cet. Ketujuh, 31.

1. Variabel Independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2).
2. Variabel Dependen: variabel ini sering disebut variabel output, criteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

D. Variabel Operasional

Dalam penelitian ini variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Table 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	kualitas jasa merupakan suatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (Penampilan unsur fisik) 2. <i>Reliability</i> (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat) 3. <i>Responsiveness</i> (Kecepatan dan kegunaan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melayani dengan ramah berpenampilan menarik dan tersedia gedung yang mudah ditemukan (2 pertanyaan) 2. Melakukan pelayanan 	<i>Likert</i>

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), Cet. Ketujuh, 33.

¹⁰ Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia-Jilid 2* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), Edisi Ke-7, 154.

		<p>4. <i>Assurance</i> (Kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)</p> <p>5. <i>Empathy</i> (Akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).¹¹</p>	<p>yang dijanjikan, dapat diandalkan, dan akurat. (2 pertanyaan)</p> <p>3. Membantu pelanggan dan menyediakan prompt pelayanan. (2 pertanyaan)</p> <p>4. Bersedia memberikan informasi produk dan bersikap sopan kepada pelanggan. (2 pertanyaan)</p> <p>5. Mengingat nama pelanggan dan memahami.¹² (2 pertanyaan)</p>	
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan yang dibutuhkan	Fasilitas fisik (<i>tangible</i>)/yang dirasakan yaitu bukti fisik. ¹⁴	1. Tersedia ruangan yang sejuk dan tempat duduk yang nyaman. (2	

¹¹ Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia-Jilid 2* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), Edisi Ke-7, 154.

¹² Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia-Jilid 2* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), Edisi Ke-7, 155.

¹⁴ Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), 125.

	<p>konsumen. Dalam sebuah restoran ada barang yang berwujud, seperti bangunan, dekorasi, perlengkapan dapur.¹³</p>		<p>pertanyaan) 2. Dapat menjelaskan fasilitas penunjang seperti adanya televisi dan komputer. (2 pertanyaan) 3. Tempat parkir yang luas dan aman. (1 pertanyaan) 4. Penampilan pegawai. (1 pertanyaan) 5. Tempat cuci tangan dan daftar menu yang jelas.¹⁵ (2 pertanyaan)</p>	
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p>	<p>Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau</p>	<p>1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i>¹⁷</p>	<p>1. Tersedianya fasilitas fisik yang nyaman. (2 pertanyaan) 2. Dapat menyediakan pelayanan yang terpercaya. (1 pertanyaan) 3. Kemampuan untuk membantu menyediakan</p>	

¹³ Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), 36.

¹⁵ Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), 125-126.

	harapan-harapannya. ¹⁶		n pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan pelanggan. (1 pertanyaan) 4. Kemampuan dan keramahan, serta sopan santun pegawai dalam menyakinkan kepercayaan pelanggan. (2 pertanyaan) 5. Sikap tegas tetapi perhatian dari pegawai terhadap pelanggan. (2 pertanyaan)	
--	--------------------------------------	--	--	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu, data sangat

¹⁷ Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), 135.

¹⁶ Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), 174.

¹⁸ Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), 135.

memegang peranan penting dalam pelaksanaan penelitian. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.¹⁹ Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya:

1. Angket

Sering pula metode angket disebut sebagai metode kuesioner (*questionnaire*) atau daftar pertanyaan. Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada petugas atau peneliti.²⁰

Metode yang digunakan untuk memperoleh data respon konsumen PT Rocket Chicken Cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Rocket Chicken cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus.

Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau skala LIKERT yang dikembangkan oleh Likert, yang terdiri atas pernyataan positif dan pernyataan negatif dengan bobot penilaian seperti tampak pada tabel berikut ini.²¹

¹⁹ Moh. Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. Pertama, 57-58.

²⁰ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), Cet. Keenam, 133.

²¹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), Cet. Ketiga, 264.

Tabel 3.2
Skala Pembobotan untuk Option Instrumen
Kuesioner

Option	Nilai Skala Positif	Nilai Skala Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu - ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Pada saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara berhadapan langsung dengan responden atau bila hal itu tidak mungkin dilakukan, juga bisa melalui alat komunikasi, misalnya pesawat telepon. Peneliti menggunakan teknik wawancara supaya dapat mengetahui gambaran objek penelitian yaitu PT Rocket Chicken Cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus.²²

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas (*validity*) menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Isaac dan Michael menjelaskan bahwa informasi validitas menunjukkan tingkat dari kemampuan tes untuk mencapai sasarannya.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian

²² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), Cet. Keempat, 111.

mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Validitas berhubungan dengan kenyataan (*actually*). Validitas juga berhubungan dengan tujuan dari pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuannya. Penyimpangan pengukuran ini disebut dengan kesalahan (*error*) atau varian.²³ Misalnya meter valid karena dipakai mengukur jarak, timbangan valid karena dipakai mengukur berat, dan sebagainya.²⁴

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Menurut Serakan, validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Ada berbagai metode yang digunakan dalam uji validitas seperti korelasi yaitu *product moment pearson* (seperti metode analisis korelasi) dan *corrected item total correlation* serta analisis faktor.²⁵

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas (*reliability*) suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur. Ghiselli *et al.* mendefinisikan reliabilitas suatu pengukur sebagai seberapa besar variasi tidak sistematis dari penjelasan kuantitatif dari karakteristik-karakteristik. Suatu individu jika individu yang sama diukur beberapa kali. Isaac dan

²³ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), Cet. Pertama, 120.

²⁴ Moh. Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. Pertama, 65.

²⁵ Tony wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), Cet. Pertama, 88.

Michael mendefinisikan reliabilitas sebagai konsistensi antara pengukuran-pengukuran secara berurutan.²⁶

Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketepatan hasil. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila digunakan dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek tidak berubah.

Reliabilitas hasil ukur berhubungan dengan *sampling error* yaitu sejauhmana terjadi inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan secara berulang pada kelompok individu yang berbeda. Metode yang digunakan *one shot*/pengukuran sekali saja. Reliabilitas hasil ukur dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha*.²⁷ Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha diketemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan tidak reliabel.²⁸

²⁶ Jogiyanto, *metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman* (Yogyakarta: BPF, 2004), Cet. Pertama, 120.

²⁷ Tony wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), Cet. Pertama, 85.

²⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 171.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan *variance inflation factor* (VIF).²⁹ Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem Autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data bentuk waktu atau *time series* karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada

²⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 180.

periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari Autokorelasi.³⁰

3. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.³¹

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan residual dengan variabel bebas, dimana variabel dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi $> 0,05$.

4. Uji Normalitas

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.

Namun uji ini bisa dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariante*) variabel-variabel tersebut juga dianggap memenuhi asumsi normalitas.³²

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi, residual berdistribusi normal. Uji t dan uji F menganggap jika nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila hal tersebut diindahkan, maka uji statistik dianggap tidak valid. Uji normalitas yang digunakan yaitu uji statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan taraf signifikansi

³⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 183.

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang : BP Undip, 2008), 105.

³² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 187.

sebesar 5%. Jikalau hasil uji normalitas menunjukkan nilai lebih dari 0,05, artinya data tersebut normal.³³

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membantu perkiraan. Dengan demikian, analisis regresi sering disebut analisis prediksi. Oleh karena merupakan prediksi maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan nilai riilnya.³⁴ Uji regresi linier berganda biasanya berhubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.³⁵ Pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus :

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

b_2 = Koefisien regresi fasilitas dengan kepuasan konsumen

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Fasilitas

e = Standar eror

³³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, (Semarang : BP Undip, 2008), 160.

³⁴ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2009), 197.

³⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), Cet. Ketiga, 54.

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Bila (R^2) mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung/ terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.

Rumus mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen adalah:³⁶

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1 x_2)}{1 - (rx_1 x_2)^2}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

ryx_1 = korelasi sederhana (product moment pearson) antara X_1 , dengan Y

ryx_2 = korelasi sederhana (product moment pearson) antara X_2 , dengan Y

$rx_1 x_2$ = korelasi sederhana (product moment pearson) antara X_1 , dengan x_2

3. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tahap-tahap untuk melakukan uji-F, yaitu:

³⁶ Duwi Priyatno, *Faham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 66.

a. Menentukan hipotesis:

H_o : secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

H_a : secara parsial ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

b. Menentukan tingkat signifikansi:

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

c. Kriteria pengujian:

H_o : diterima bil F hitung $\leq F$ tabel

H_a : ditolak bila F hitung $> F$ table.

Rumus f hitung sebagai berikut:³⁷

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah Variabel independen

4. Uji-T (parsial)

Uji-T (parsial) digunakan dengan lebih dulu menghitung koefien-t menggunakan rumus t-hitung. Angka selanjutnya dikonfirmasi dengan t tabel pada derajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu.³⁸ Untuk

³⁷ Duwi Priyatno, *Faham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 67.

³⁸ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Cet. Keempat, 296.

mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis:

H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

H_a : secara parsial ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

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 $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$.

Rumus t hitung pada analisis koefisien regresi secara parsial (uji t) adalah.³⁹

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

Keterangan:

b_i = koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar *error* variabel i

³⁹ Duwi Priyatno, *Faham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.