

BAB III

METODE PENELITIAN

Strategi Penelitian

Penelitian asosiatif dan kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Strategi asosiatif dipilih dalam penelitian ini karena strategi ini memiliki jawaban sementara rumusan asosiatif, yaitu menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:37). Seperti telah dikemukakan, ada tiga bentuk hubungan, yaitu: (1) hubungan simetris, (2) hubungan sebab akibat, dan (3) interaktif/timbal balik. Jadi penelitian asosiatif adalah penelitian dimana hubungan antar variabel dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan rumusan statistik yang relevan dari data untuk menguji hipotesis.

Sedangkan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada data berupa angka-angka, atau data kuantitatif yang diberi skor (scoring). Jadi data kuantitatif adalah data yang mempunyai kecenderungan untuk dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot (Sugiyono 2015).

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang dapat dilihat pada gambar 2.1. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (Z) yang merupakan variabel intervening terhadap kepuasan konsumen (Y1).

Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80).

Berdasarkan pengertian ini populasi merupakan objek atau subjek yang

berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Maka, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Sigma Andalan Nusa yang berjumlah 120 pelanggan. alasan saya memilih perusahaan ini sebagai objek penelitian saya, karena saya melihat banyak sekali minatpelangganrumah sakit untuk membeli produkalat kesehatan di perusahaan ini. Oleh karena itu, saya melakukan penelitian iniuntuk mengetahui apa yang menyebabkan pelanggan rumah sakit melakukan kepuasan pembelian terhadap produk ini.

Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Walaupun sampel hanya sebagian dari populasi, fakta-fakta yang diperoleh dari sampel harus dapat menggambarkan populasi.

Sugiyono mengatakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas adalah teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan cara memilih responden karena memiliki pertimbangan tertentu. Pertimbangan peneliti dalam mengambil sampel ini sebagai berikut:

1. Sudah menjadi pelanggan Pt. Sigma Andalan Nusa selama bertahun-tahun.
2. Rumah sakit memiliki jenis produk Pt. sigma andalan nusa lebih dari satu.
3. Akreditasi rumah sakit
4. Pejabat kepala rumah sakit dan bagian purchasing
5. Lokasi Jabodetabek dan Luar jabodetabek

Untuk memenuhi persyaratan tersebut maka dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus perhitungan Taro Yamane (Riduwan, 2015: 65).Penentuan jumlah sampling dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi yang diketahui

d = Presisi yang ditetapkan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10%.

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sampel untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{120}{120 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{120}{120 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{120}{1,2 + 1}$$

$$n = \frac{120}{2,2}$$

$$= 54,54 \text{ dibulatkan menjadi } 55$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 55 responden yang dianggap cukup untuk melakukan penelitian ini.

Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data

Dalam penelitian ini jenis data yang diambil adalah data primer. Data primer diperoleh dari responden. Menurut Sugiyono (2017:125) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data utama yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam menyusun penelitian ini, data primer yang digunakan adalah

kuesioner langsung kepada pelanggan PT. Sigma Andalan Nusa.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden langsung di lokasi penelitian melalui kuesioner mengenai variabel yang diteliti.

Metode pengumpulan data yang tepat dengan mempertimbangkan penggunaannya berdasarkan jenis data dan sumbernya. Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. (Sugiyono, 2018;187).

Data pelanggan yang diperoleh peneliti dari pembukuan sales kemudian disebar melalui google form.

Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2016;193) dari segi cara atau teknik pengumpulandata, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Oleh karena itu, dalam melengkapi data dalam penelitian inipenulis menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data denganmemberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden sebagai prosesnya yang kemudian dijawab oleh responden (Sugiono, 2017:125).

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan memuat penelitian pada suatu objek. Jika dilihat dalam proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibagi menjadi partisipan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalahobservasi non-partisipan.Dalam melakukan observasi, penelitian memilih hal-hal yang diamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. (Sugiyono, 2015:204).

Instrumen penelitiandiukur dengan menggunakan kuesioner.Kuesioner

mengenai kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau bahkan sebuah kelompok tentang fenomena sosial yang terjadi (Sugiyono, 2017:93). Dalam penelitian yang dapat menghasilkan jawaban dari kuesioner dan menghasilkan skor seperti yang terlihat didalam tabel berikut:

Tabel 3.1. skor jawaban berdasarkan skala *likert*

No	Pertanyaan	Simbol	Nilai skor
1	Sangat setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak setuju	TS	2
4	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2015, .38) adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari obyek suatu kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini penulis menggunakan variabel eksogen dan variabel penghubung (intervening dan variabel endogen).

a) Variabel Eksogen

Menurut Ghozali (2015:9) variabel eksogen merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam diagram jalur, variabel eksogen ditandai sebagai variabel yang tidak ada panah yang menuju kearahnya dari variabel lain. Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Pada peneliti ini peneliti menggunakan Kualitas produk (X1), harga (X2).

b) Variabel Intervening

Menurut Ghozali (2015:9) menyatakan bahwa variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat

diamati dan diukur. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening adalah Kepuasan Pelanggan (Z).

c) Variabel Endogen

Menurut Sugiyono (2017:39) menyatakan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, sedangkan menurut Ghazali (2015:9) variabel endogen merupakan variabel yang nominalnya dipengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain. Pada penelitian ini variabel endogen adalah Kualitas Pelayanan (Y).

Dengan adanya definisi operasional variabel peneliti dapat menjabarkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

Table 3.2. indikator dan sub indikator kualitas produk

Variabel	Indikator	Sub indikator	No item
Kualitas Produk (X1) (Philip Kotler dan Gery Amstrong 2012)	Kesesuaian	1. Kualitas produk sesuai dengan harga yang di pasarkan	1
		2. Kesesuaian spesifikasi produk dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan	2
		3. Produk ditawarkan bermanfaat	3
	Desain produk	4. Desain produk (kemasan produk) yang baik	4
	Daya tahan produk	5. Daya tahan produk yang baik	5
Harga (X2) Setyo (2017)	Keterjangkauan harga	6. Harga produk terjangkau oleh pelanggan	6
	Kesesuaian harga dengan kualitas	7. Harga sesuai dengan kualitas produk	7
	Daya saing harga	8. Perbandingan harga suatu produk dengan produk lainnya	8
	Potongan harga	9. Potongan harga meningkatkan kuantitas pembelian	9

Kualitas pelayanan (Z) Kotler (2012)	Bukti fisik	10. Penampilan fisik layanan perusahaan	10
	Empati	11. peduli dan memberikan perhatian kepada pelanggan	11
	Kehandalan	12. kemampuan melaksanakan jasa yang dijanjikan kepada pelanggan	12
	Cepat tanggap	13. memberi layanan bagi pelanggan dengan sigap dan cepat dalam melayani	13
	Jaminan	14. menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan	14
Kepuasan pelanggan (Y) rondonuwu dan komalig (2017)	Terpenuhnya harapan	15. merasakan kepuasan akan terpenuhnya keinginan dan kebutuhan suatu produk	15
	Keinginan menggunakan produk	16. pengalaman langsung mengenai produk	16
	Merekomendasikan kepada pihak lain	17. merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas diperolehnya dari suatu kualitas produk	17
	Kualitas pelayanan	18. pemenuhan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan informasi kepada pelanggan	18
	Loyal konsumen	19. memberikan manfaat atau harapan pelanggan	19

	Reputasi yang baik	20. reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan pelanggan bahwa reputasi berupa citra perusahaan	20
	Lokasi	21. tempat dimana perusahaan memperjual belikan produk	21

Sumber: Philip Kotler dan Gery Amstrong 2012, Setyo (2017), Kotler (2012), rondonuwu dan komalig (2017)

Metode Analisis Data

Analisis statistik data penelitian menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Penelitian ini menggunakan analisis jalur dalam penelitian ini karena analisis jalur memungkinkan penelitian untuk menguji proporsi teoritis mengenai hubungan sebab akibat. Analisis jalur merupakan model regresi yang diperluas yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti, model tersebut digambarkan dalam bentuk lingkaran dan anak panah, dimana suatu anak panah menunjukkan suatu penyebab. Regresi diterapkan pada setiap variabel lainnya suatu model sebagai variabel langsung (pemberi respon), sedangkan yang lain sebagai penyebab.

Statistik Deskriptif

Metode statistik deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti dari data sampel. Statistika deskriptif (statistika deduktif), merupakan bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistika deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang menggambarkan dan mendeskripsikan variabel dalam penelitian. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum dan minimum (*maximum and minimum*), dan standar deviasi (*standard deviation*).

Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari kuesioner dan observasi, selanjutnya diolah menggunakan program SPSS (*Statistikal Packkage for the Social Sciens*). Data disajikan dalam bentuk tabel dan gambar agar mudah dibaca dan dimengerti.

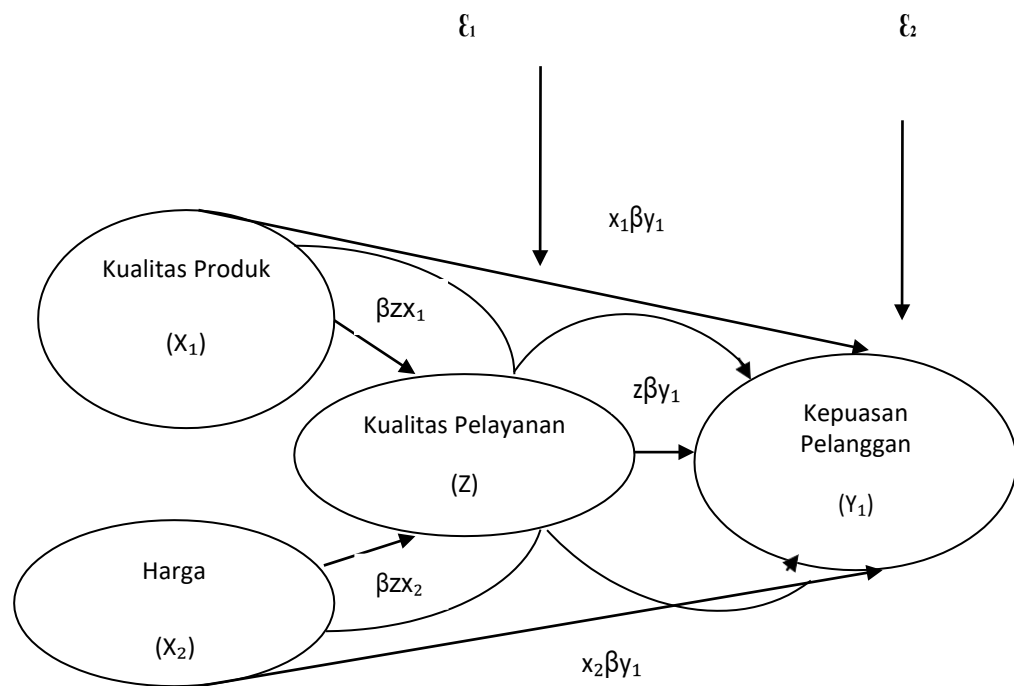
Penyajian Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

Analisis Statistik Data

Penelitian ini menggunakan analisis jalur(*path analysis*). Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak. Analisis selanjutnya dilakukan untuk menjari pengaruh langsung dan tidak langsung dengan menggunakan korelasi dan regresi sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel dependen terakhir, harus lewat jalur langsung atau melalui variabel intervening.

Gambar 3.1. Model Jalur Persamaan Struktural



Persamaan struktural yang digunakan dalam analisis jalur dalam penelitian ini adalah:

1) Persamaan Struktural 1

$$Z = \beta_{zX_1} X_1 + \beta_{zX_2} X_2 + \epsilon$$

2) Persamaan Struktural 2

$$Y_1 = \beta_{y_1X_1} X_1 + \beta_{y_1Z} Z + \beta_{y_1X_2} X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

- β = koefisien jalur
- X_1 = kualitas produk
- X_2 = harga
- Z = kepuasan pelanggan
- Y_1 = kualitas pelayanan
- e = eror

Melakukan analisis menggunakan SPSS

Untuk menguji pengaruh masing-masing perubahan variabel endogen pada variabel eksogen, dilihat dari *significance* dibandingkan dengan taraf nyata *alpha*

(5% = 0,05) dengan kriteria:

- 1) H_0 ditolak, H_a diterima jika *significance* $t < 0,05$
- 2) H_0 diterima, H_a ditolak jika *significance* $t > 0,05$

Uji instrumen

Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Dalam upaya untuk mendapatkan hasil yang baik dan berkualitas, proses dan rangkaian dalam penelitian harus dilakukan dengan sebaik mungkin (Sugiyono, 2017:46). Instrumen yang valid merupakan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan bisa disebut tepat. Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah membuat kuesioner adalah menguji kuesioner tersebut, apakah valid atau tidak. Uji validitas ini dilakukan pada 55 karyawan PT. Sigma Andalan Nusa.

$$R \text{ hitung} = \frac{n \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi
 $\sum x$ = Jumlah nilai variabel x
 $\sum y$ = Jumlah nilai variabel y
 $\sum xy$ = Jumlah nilai variabel x dikali dengan variabel y
 $\sum x^2$ = Jumlah nilai pangkat variabel x
 $\sum y^2$ = Jumlah nilai pangkat variabel y²
 n = Jumlah sampel

Program atau alat bantu analisis statistik yang digunakan dalam perhitungan ini adalah spss 25.0 for windows dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung > dibanding nilai r tabel maka pernyataan dinyatakan valid.

2. Jika nilai r hitung $<$ dibanding nilai r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r hitung dilihat dalam kolom *corrected item total corrected*. Dengan nilai 0.05 sebagai taraf signifikansi.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan oleh pelanggan PT. Sigma Andalan Nusa dengan beberapa pertanyaan dan dinyatakan valid dalam uji validitas dan menentukan reliabilitasnya.

Dengan bantuan alat bantu hitung statistik SPSS 25.0 *for windows*, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan dinyatakan reliabel.
2. Jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel
 - a. Jika nilai *Cronbach's alpha* $>$ dari 0.60 maka dinyatakan reliabel.
 - b. Jika nilai *Cronbach's alpha* $<$ dari 0.60 maka dinyatakan tidak reliabel.

Dapat dikatakan baik, jika apabila variabel memiliki nilai *Cronbach's alpha* $>$ dari 0.60 (Priyatno, 2014).

Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan pengujian regresi, selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang berguna untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dalam model regresi. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik perlu digunakan karena berdasarkan referensi. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah meliputi:

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Data harus diuji dengan menggunakan uji normalitas sebelum dianalisa. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), dan nilai tolerance. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai tolerance kurang dari 0,10. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai nilai tolerance lebih $>$ dari 0.1 dan nilai variance inflation factor (VIF) $<$ dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai nilai tolerance lebih $<$ dari 0.1 dan nilai variance inflation factor (VIF) $>$ dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

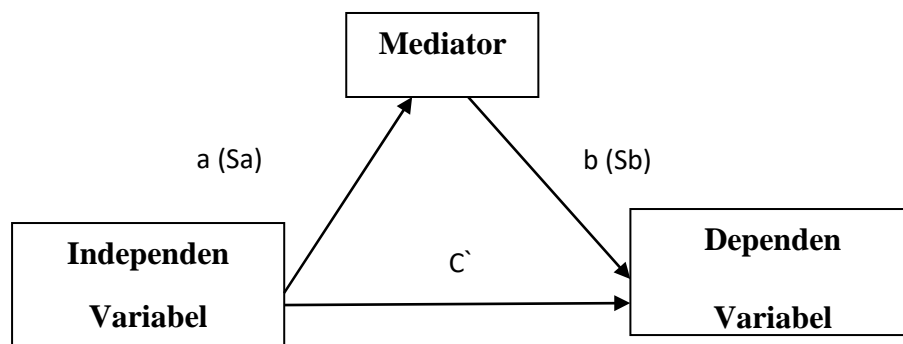
Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain sama maka

disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tidak sama maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji scatter plot dengan melihat grafik antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID) dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika penyebaran titik-titik pada data scatter plot membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit, atau dengan baik turun mengelompok menjadi satu, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Uji Sobel

Untuk mengetahui pengaruh X_1 terhadap Y_1 melalui Z , serta pengaruh X_2 terhadap Y_1 akan digunakan konsep uji sobel (sobel test).



Pengujian hipotesis mediasi ini dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh sobel (1982) dan dikenal dengan uji sobel (*sobel test*). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M. Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow M$ (a) dengan jalur $M \rightarrow Y$ (b) atau ab .

Jadi koefisien $ab = (c - c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah

mengontrol M. *Standar eror* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sab digambarkan sebagai berikut:

Adapun sobel test dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

Sa = standar eror koefisien a

Sb = standar erorbkoefisien b

b = koefisien variabel mediasi

a = koefisien variabel bebas

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu dihitung nilai t koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat efek mediasi. Menurut (Ghozali 2013:248-249) bahwa asumsi uji sobel membutuhkan sampel yang banyak, jika jumlah sampel sedikit maka uji sobel menjadi kurang konservatif.

Uji Hipotesis

Pengujian ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait, baik secara parsial (uji *t*). dalam penelitian ini, nilai koefisien determinasi (KD) yang merupakan nilai kuadrat dari koefiseian korelasi (*r*) dapat menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.

1. Rumusan Hipotesis

- a) Pengaruh X_1 (Kualitas produk) terhadap Y (kepuasan pelanggan).
- $H_0 : \rho_{1.2} = 0$: koefisien korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.
- $H_1 : \rho_{1.2} \neq 0$: koefisien korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan signifikan.
- b) Pengaruh X_2 (harga) terhadap Y (kepuasan pelanggan).
- $H_0 : \rho_{2.1} = 0$: koefisien korelasi antara harga dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.
- $H_1 : \rho_{2.1} \neq 0$: koefisien korelasi antara harga dengan kepuasan pelanggan signifikan.
- c) Pengaruh X_1 (Kualitas produk) terhadap Z (kualitas pelayanan).
- $H_0 : \rho_{3.1} = 0$: koefisien korelasi antara kualitas produk dengan kualitas pelayanan tidak signifikan.
- $H_1 : \rho_{3.1} \neq 0$: koefisien korelasi antara kualitas produk dengan kualitas pelayanan signifikan.
- d) Pengaruh X_2 (harga) terhadap Z (kualitas pelayanan).
- $H_0 : \rho_{4.1} = 0$: koefisien korelasi antara harga dengan kualitas pelayanan tidak signifikan.
- $H_1 : \rho_{4.1} \neq 0$: koefisien korelasi antara harga dengan kualitas pelayanan signifikan.
- e) Pengaruh Z (kualitas pelayanan) terhadap Y (kepuasan pelanggan).
- $H_0 : \rho_{4.1} = 0$: koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.
- $H_1 : \rho_{4.1} \neq 0$: koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan signifikan.
2. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0.05)
 3. Kriteria pengujian : jika *significant* $t < 0.05$ maka H_0 ditolak.
jika *significant* $t \geq 0.05$ maka H_0 diterima.

4. Menghitung nilai *significant t*, diperoleh dengan menggunakan alat bantu hitung statistic SPSS versi 25.0 *for windows*

5. Kesimpulan

Jika pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan hasil bahwa H_0 ditolak, maka koefisien korelasi populasi signifikan. Dengan begitu, nilai KD dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa ada pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) ini berkisar antara nol sampai dengan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

(Uji Signifikan Parsial Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara individual (parsial) terhadap variabel terikat.

Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat.