

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Strategi Penelitian

Strategi penelitian dalam penelitian ini menggunakan strategi asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dengan strategi penelitian ini akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2019:65). Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variable harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Gojek.

3.2.Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2005: 91), Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan transportasi ojek online Go-Jek Mahasiswa STEI Indonesia Rawamangun.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017: 81). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling (Sugiyono, 2017: 84) yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pemilihan konsumen sebagai sampel (responden) dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2017:85) Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dimaksudkan dalam memilih responden yang memiliki karakteristik tertentu yang berkaitan erat dengan populasi

Dalam penentuan jumlah sampel yang di gunakan (Sugiyono, 2017:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dalam katagori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Bila data penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel: $10 \times 5 = 50$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dari kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 samai dengan 20.

Karene metode analisis penelitian ini menggunakan korelasi, maka sesuai dengan saran tersebut pada nomor 3 (tiga) di atas. Berikut perhitungan matematis dalam penentuan jumlah sampel penelitian ini yaitu:

1. Jumlah anggota sampel yang digunakan penelitian sebesar 20 sampel, memilih 20 sampel.
2. Jumlah variabel dalam penelitaian ini adalah 3 (tiga) variabel bebas + 1 (satu) variabel terikat. Maka jumlah variabel dalam penelitian sebanyak 4 variabel

Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20×4 , maka didapat jumlah sampelnya adalah 80 sampel.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel non probabilitas dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2017:144). Teknik ini dipilih karena peneliti memiliki pertimbangan sendiri, dengan sengaja memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi, dimana responden yang dipilih memiliki syarat dan ketentuan:

1. Responden pernah menggunakan layanan aplikasi Gojek lebih dari 1x , karena responden dianggap mengenal Gojek Online dan dapat menjawab pertanyaan seputar Gojek *Online*.

2. Responden berasal dari Mahasiswa STEI Indonesia Rawamangun.

3.3.Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data premier dan data sekunder. berikut adalah urainnya:

1. Data premier

Adalah data secara langsung diperoleh dari sumber aslinya. Metode yang dilakukan oleh penelitian sebagai berikut:

- 1) Obeservasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti.
- 2) Wawancara, yaitu percakapan yang diarahkank pada masalah tertentu dan merupakan proses Tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara langung.
- 3) Instrument Pengumpulan Data Kuisioner Menurut Sugiyono (2013:137)
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi separangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan dibuat sendiri pengumpulannya oleh peneliti atau data yang diperoleh secara tidaklangsung. Dara sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa jurnal-jurnal, buku dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan materi kajian yaitu kualitas pelayanan, harga dan promosi .

3.4.Metode Pengumpulan Data

Jika dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data ini dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2017, 222-225) data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain. Jika dilihat dari segi metode atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner (angket).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan metode survei yang dibagikan kepada responden. Menurut Sugiyono (2017: 199) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini akan disebarluaskan kuisisioner (kuesioner) kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian yaitu kepada konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi Go-Jek dengan kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya. Dalam penyebaran kuisisioner (kuesioner) untuk mengumpulkan data, peneliti akan menyebarkan kuisisioner secara online atau elektronik dengan menggunakan media Google Form. Peneliti akan membagikan kuisisioner kepada mahasiswa STEI Indonesia yang menjadi responden dalam penelitian yang akan menjawab kuisisioner yang berisi pernyataan-pernyataan terkait dengan masalah penelitian ini. Peneliti akan mengecek hasil kuisisioner dan mentabulasi jawaban dari responden yang memenuhi kriteria yang telah ditemukan sebelumnya hingga jumlah responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

Skala pengukuran digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai harga, kualitas pelayanan dan promosi bagi konsumen Go-Jek. Penelitian ini diukur dengan *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, jawabannya dapat diberi skor (Sugiyono, 2017: 94). Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator. Indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen berupa pernyataan-pernyataan dalam angket. Jawaban setiap butir instrumen memiliki nilai bobot seperti yang tertera pada tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3. 1 Skor Pada Jawaban Kuesioner (skala likert)

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Setuju	S	3
4.	Sangat Setuju	SS	4

Sumber : Echdar Saban, Metode Penelitian Manajemen Bisnis (2017)

Menurut Paulus Insap Sentosa (2018: 46) “menyatakan bahwa skala Likert 5 poin adalah skala Likert yang paling sering digunakan. Dalam beberapa kasus, peneliti menghindari pilihan netral dengan menggunakan skala Likert yang genap. Salah satu alasan untuk tidak menggunakan opsi netral adalah karena responden menyatakan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang disampaikan kepadanya.”

3.4.1. Uji Instrumen Data

Langkah selanjutnya adalah menguji instrumen penelitian uji kualitas data yaitudengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan tidak valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Syarat minimum suatu item dianggap valid dan tidak valid adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017:126):

1. Jika nilai $r\text{-hitung} \geq r\text{-kritis}$ (0.30), maka item-item pertanyaan dari koesioner adalah valid.
2. Jika nilai $r\text{-hitung} < r\text{-kritis}$ (0.30), maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Keterangan:

$$r_{hitung} = \frac{(n \cdot \sum[XY] - (\sum X \cdot \sum Y))}{\sqrt{[(n \cdot \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \cdot \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

r_{hitung} : koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
n : banyaknya responden (populasi)

X : skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
Y : skor total yang diperoleh dari seluruh item

Selanjutnya uji reliabilitas, pengujian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Menurut Sugiyono (2012:22) Pengujian reliabilitas instrument ini dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha, metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Suatu instrument penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan Cronbach Alpha bila koefisien reliabilitas 0,60 atau lebih.

3.5.Operasionalisasi Variable

1. Variabel Harga

Harga dalam penelitian ini adalah persepsi para pelanggan terhadap keterjangkauan tarif Gojek Online. Variabel harga diukur menggunakan skala *Likert*. Skala ini sering digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur respon subyek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Dengan demikian tipe data yang digunakan adalah tipe interval (Kurniawan, 2014:72).

Pengukuran variabel harga diperoleh dengan menggunakan skala *likert*. Pernyataan yang digunakan ada yang positif dan ada yang negatif. Pernyataan positif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang diharapkan dalam kepuasan pelanggan, sedangkan pernyataan negatif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang tidak diharapkan dalam kepuasan pelanggan.

Berikut ini adalah kisi-kisi instrumen untuk masing-masing variabel, dapat dilihat pada Tabel 3.2:

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Harga

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No soal
Harga	Persepsi pelanggan	Harga yang ditawarkan layanan Gojek Online terjangkau	1
		Pelanggan merasa tarif yang ditawarkan sesuai dengan layanan yang diberikan	2
	Penetapan harga berdasarkan nilai	Harga yang kompetitif dan memiliki nilai Yang ditawarkan	3
	Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik	Perusahaan mampu menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar	4
	Penetapan harga dengan nilai tambah	Melekatkan fitur dan layanan, nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.	5

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dalam penelitian ini adalah persepsi para pelanggan mengenai terkait layanan yang diberikan oleh perusahaan Gojek Online kepada pelanggan selaras dengan harapan dan keinginan konsumen. Variabel kualitas layanan diukur menggunakan skala *Likert*. Skala ini sering digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner. Digunakan untuk mengukur respon subyek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Maka demikian tipe data yang digunakan

adalah tipe interval (Kurniawan,2014:72).

Pengukuran variabel kualitas layanan diperoleh dengan menggunakan skala *likert*. Pernyataan yang digunakan ada yang positif dan ada yang negatif.

Pernyataan positif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang diharapkan dalam kepuasan pelanggan. Pernyataan negatif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang tidak diharapkan dalam kepuasan pelanggan.

Berikut kisi- kisi instrumen untuk masing-masing variabel, dapat dilihat pada Tabel 3.3:

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No soal
Kualitas Layanan	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Penampilan fisik karyawan, fasilitas yang diberikan dan bahan-bahan komunikasi perusahaan	1,2,3
		Konsistensi kinerja (<i>performance</i>)	4
	Kehandalan (<i>reliability</i>)	Sifat terpercaya (<i>dependability</i>)	5
		Ketepatan dalam penjemputan	6
	<i>Responsiveness</i>		Kecepatan dalam konfirmasi pesanan kepada pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.
		<i>Assurance</i>	Gojek <i>online</i> menjamin kualitas layanannya

		Gojek online menjamin keselamatan pelanggan	10
		Kemampuan driver gojek dalam memberikan pelayanan	11
		Driver gojek online memiliki pengetahuan dalam pengantaran lokasi pelanggan	12
		Keramahan <i>driver</i> gojek dalam memberikan pelayanan	13
		<i>Driver</i> gojek bersikap baik terhadap pelanggan	14
	Empati	Gojek <i>online</i> mudah dihubungi (menyediakan nomor kontak yang dapat dihubungi pelanggan)	15
		Gojek <i>online</i> memberikan pelayanan tanpa memandang status	16

		<i>Driver</i> gojek <i>online</i> mengetahui jenis pelayanan yang diinginkanpelanggan	17
--	--	--	----

3. Variabel Promosi

Menurut Madura (2007:271) promosi yaitu suatu tindakan menginformasikan atau meningkatkan pelanggan mengenai produk atau merk tertentu. Variabel promosi diukur menggunakan skala *Likert*. Skala ini sering digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur respon subyek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Dengan demikian tipe data yang digunakan adalah tipe interval (Kurniawan, 2014:72). Pengukuran variabel promosi diperoleh dengan menggunakan skala *likert*. Pernyataan yang digunakan ada yang positif dan ada yang negatif. Pernyataan positif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang diharapkan dalam kepuasan pelanggan. Pernyataan negatif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang tidak diharapkan dalam kepuasan pelanggan.

Berikut kisi-kisi instrumen untuk masing-masing variabel, dapat dilihat pada Tabel 3.4:

Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Promosi

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No Soal
Promosi	Periklanan	Gojek <i>online</i> melakukan promosi melalui media elektronik	1
		Iklan gojek <i>online</i> menjadi daya tarik bagi pelanggan	2
	Promosi penjualan	Perusahaan gojek <i>Online</i> memberikan promosi agar pelanggan tertarik dengan	3,4

		layanannya	
	Pemasaran langsung	Gojek <i>online</i> melakukan promosi melalui pemasaran digital seperti <i>publisitas</i>	5
	Informasi dari mulut ke mulut	Layanan gojek online di promosi oleh pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan	6

4. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu kondisi yang menggambarkan terpenuhinya, bahkan terlampauinya harapan pelanggan atas suatu produk atau layanan yang dilakukan oleh pihak produsen/pelaku usaha (Suharto Abdul Majid 2009:54). Variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan skala *Likert*. Skala ini sering digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur respon subyek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Dengan demikian tipe data yang digunakan adalah tipe interval (Kurniawan, 2014:72).

Pengukuran variabel kepuasan pelanggan diperoleh dengan menggunakan skala *likert*. Pernyataan yang digunakan ada yang positif dan ada yang negatif. Pernyataan positif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang diharapkan dalam kepuasan pelanggan. Pernyataan negatif adalah pernyataan yang mengungkapkan hal yang tidak diharapkan dalam kepuasan pelanggan.

Berikut kisi-kisi instrumen untuk masing-masing variabel, dapat dilihat pada Tabel 3.5:

Tabel 3. 5 Kisi-kisi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No soal
Kepuasan Pelanggan	Perasaan puas dengan layanan yang didapatkan	Pelanggan puas atas layanan yang diberikan oleh gojek <i>online</i>	1
	Merekomendasikan kepada orang lain	Pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain atas layanan yang telah diberikan	2
	Ketidakinginan berpindah ke penyedia jasa lain	Pelanggan akan loyal terhadap layanan aplikasi gojek <i>online</i>	3

3.6. Metoda Analisis Data

3.6.1. Metode Penyajian Data

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan diukur menggunakan skala Likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang peristiwa tertentu. Dengan skala tersebut variabel yang akan diukur dijabarkan ke dalam indikator variabel. Kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam skala Likert, skor yang diberikan untuk jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

Pernyataan	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	ST	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka. Data yang diperoleh berasal dari survei, dimana data yang telah diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS (Statistical Program for Social Sciences) Versi 23 dan manual. Hal ini dilakukan agar pengolahan data statistic dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

Uji validitas dan uji reliabilitas dapat dilakukan untuk menguji instrumen penelitian. Analisis data statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis koefisien determinasi (R^2) secara parsial dan berganda, serta pengujian hipotesis.

3.6.2. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan SPSS (Statistical Program for Social Sciences) 23.0 dan manual. Hal ini dilakukan guna untuk mengolah data statistik dan pengolahan data tersebut dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah metode pengumpulan data yang berupa opini dari subjek yang diteliti dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner sebagai instrumen penelitian adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab kemudian. Pernyataan-pernyataan dalam angket ini diuji dengan uji validitas dan realibilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang sudah didapat setelah penelitian adalah data yang valid dari alat ukur (kuesioner). “Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor apabila nilai rhitung $> 0,3$ maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik atau dapat dinyatakan valid” ujar (Sugiyono, 2016:177).

2. Uji reabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukur tersebut dapat dipercaya atau diandalkan tetap konsisten. “Pengujian reliabilitas instrumen ini dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha, metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku, suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan Cronbach Alpha bila koefisien reliabilitas 0,60 atau lebih” (Sugiyono, 2012:122).

3.6.3. Alat Analisis Statistik Data

1. koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2012:97) Koefisien determinasi (R^2) alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan Customer Satisfaction. Nilai koefisien determinasi antar nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Guna mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama dengan (uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai koefisien determinasi adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

3.7.1. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t)

Langkah-langkah dalam pengujian ipotesis secara parsial, sebagai berikut

1. Merumuskan hipotesis

1) Pengaruh X1 (Harga) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)

Ho: $\rho_{y1.23} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara harga dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan

Ha: $\rho_{y1.23} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara harga dengan kepuasan pelanggan signifikan.

2) Pengaruh X2 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)

Ho: $\rho_{y2.13} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.

Ha: $\rho_{y2.13} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan signifikan.

3) Pengaruh X3 (Promosi) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)

Ho: $\rho_{y3.12} = 0$ Koefisien korelasi populasi promosi dengankepuasan pelanggan tidak signifikan.

Ha: $\rho_{y3.12} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara promosi dengan kepuasan pelanggan signifikan.

2. Menentukan taraf nyata (α) sebsar 5% (0,05)

3. Kriteria Pengujian

Ho ditolak, jika signifikan $t < 0,05$ Ho diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

4. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 23.0

5. Kesimpulan:

6. Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial H0 ditolak dengan kata lain koefisien korealasi sampel signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas terhadapvariabel terikat.

3.7.2. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan:

1. Merumuskan hipotesis
 - 1) Pengaruh X1 (Harga), X2 (Kualitas Pelayanan), dan X3 (Promosi) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan).

Ho: $\rho_{123} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara harga, kualitas pelayanan dan promosi dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.

Ha: $\rho_{123} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara harga, kualitas pelayanan, dan promosi dengan kepuasan pelanggan signifikan.
2. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)
3. Kriteria pengujian

Ho ditolak, jika signifikan $F < 0,05$ Ho diterima, jika signifikan $F \geq 0,05$
4. Menghitung nilai signifikan F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 23.0
5. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan. Ho ditolak dengan kata lain koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variabel terikat.