

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, karena data yang dianalisis tidak untuk menerima atau menolak hipotesis (jika ada), melainkan hasil analisis itu berupa deskripsi dari gejala-gejala yang diamati, yang tidak selalu harus berbentuk angka-angka atau koefisien antar variabel (Moleong, 2015:52).

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran melalui kumpulan-kumpulan data yang diperoleh setelah dianalisis, dibuat dan disusun secara sistematis (menyeluruh) dan sistematis yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang memiliki validitas baik, baik sumber dari pustaka, serta dilakukan dengan uraian dan analisis yang mendalam dari data yang diperoleh dari lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Protokol. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei sampel dengan menggunakan koesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2017: 80) 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. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek lain. Berdasarkan pengertian tersebut yang menjadi populasi adalah Konsumen rumah makan ayam bakar protokol.

3.2.2. Sampel Penelitian

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 (Sugiyono, 2017:81). Jenis pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah *insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Alasan pengambilan sampel dengan cara ini karena pertimbangan jumlah pelanggan yang datang pada rumah makan ayam bakar protokol tidak diketahui dengan jelas. Sampel dalam penelitian ini diperkirakan berjumlah 71 orang.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer, yang diperoleh melalui Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017: 142). Penelitian ini menggunakan angket/kuesioner, daftar pertanyaan dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi desain interior dari responden. Skala likert yang digunakan merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek, objek, atau kejadian tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2013).

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data survei dan dokumentasi. Cara Survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun tulisan (Sanusi, 2011:104). Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui media *google form*.

3.4. Operasionalisasi Variabel (O-Var)

Operasionalisasi variabel melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan/tindakan yang perlu untuk mengukur variabel tersebut. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Variabel yang diukur dijabarkan dalam beberapa indikator. Indikator akan digunakan untuk menyusun item item yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner. Pada skala likert, digunakan skor yang diberikan pada jawaban yang disediakan. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Tabel 3.1
Nilai Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Setuju (S)	3
4.	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Sugiyono (2017:38)

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	No. Item
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2015:236), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. yang dinyatakan atau tersirat.	1. Bentuk/tekstur produk yang menarik.	1
		2. Fitur dan banyak pilihan.	2
		3. Kualitas kinerja	3
		4. Kualitas Kesesuaian dan ketepatan dalam penyajian.	4
		5. Daya tahan produk untuk dikonsumsi.	5
		6. Keandalan dan ketepatan produk.	6
		7. Perbaikan dan ketanggapan dalam memberikan produk yang dibutuhkan.	7
		8. Gaya dari kemasan yang baik dan menarik.	8
		9. Penyesuaian dikalangan masyarakat luas.	9

Sumber : Kotler dan Keller (2016: 394)

Tabel 3.2 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kotler dan Keller (2016:442) kualitas pelayanan adalah keseluruhan sifat dan karakter suatu produk/jasa berdasarkan kemampuannya dalam menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.	1. Reliability (Kehandalan) dan kemudahan dalam memperoleh informasi.	10
		2. Tangibles (Bukti Fisik) yang memadai.	11
		3. Responsiveness (Kepekaan) dan kesiapan dalam membantu dan melayani konsumen.	12
		4. Assurance (Jaminan) yang ada diberikan kepada konsumen.	13
		5. Empathy (Empati) dan keramahan serta kepedulian terhadap konsumen.	14
		Kotler dan Keller (2016:442)	
Harga (X ₃)	Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) Harga adalah dimana artinya adalah dimana harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan.	1. Keterjangkauan harga yang ditawarkan.	15
		2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.	16
		3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	17
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.	18
		Kotler dan Amstrong (2012 : 314)	
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Sunyoto (2015:140) Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat.	1. Harapan (expectations) yang diberikan.	19
		2. Kinerja (performance) karyawan yang cepat.	20
		3. Perbandingan (camparison) yang baik dengan kompetitor lain.	21
		4. Pengalaman (experience) dalam memberikan kualitas yang baik.	22
		5. Konfirmasi (comfirmation) dan dikonfirmasi (disconfirmation).	23
		Priansa (2017:210)	

Sumber : Kotler dan Keller (2016:442), Kotler dan Amstrong (2015:314), Priansa (2017:210)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Metode Pengolahan Data

Analisis data penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 26. Pengujian yang kedua adalah pengujian instrumen penelitian. Pengujian instrumen penelitian terdiri atas dua jenis, yaitu :

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Butir kuesioner dikatakan valid jika koefisien kolerasinya positif dan dikatakan signifikan jika lebih besar dari nilai kolerasi dari tabel. Uji validitas digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid dan mengukur sebuah construct. Suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017: 109).

Validitas menurut Sugiyono (2017:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson *product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n\sum X_{tot}^2) - (\sum X_{1tot})^2)}} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

- r = Korelasi *product moment*
- $\sum X_i$ = Jumlah skor suatu item
- $\sum X_{tot}$ = Jumlah total skor jawaban
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item
- $\sum X_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban
- $\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2017:179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner, yang merupakan indikator dari perubahan dan konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Uji Reliabilitas diterjemahkan dari kata Reliability (pengukur yang memiliki reliabilitas tinggi), maksudnya adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$. Dalam penelitian ini penulis mencari reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitas instrument alat ukur kinerja karyawan (Ghozali, 2013:45).

3.5.2. Metode Analisis Statistik Data

Data yang dikumpulkan melalui metode pengambilan data dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan namun sebelumnya data tersebut harus diolah dengan menggunakan software SPSS versi 26.0 untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan lebih efisien. Tahap selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan metode statistik yang analisis koefisien determinasi dan pengajuan hipotesis.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendapatkan parameter estimasi dari model dinamis yang digunakan.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013: 147) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distributor normal. Dalam penelitian ini akan digunakan uji normalitas

dengan menunjukkan One Sample Kolmogorov – Smirnov (Uji K-S) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari $\alpha = 5\%$ (0,05) maka data berdistribusi normal. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, maka data tidak terdistribusi normal. Kriteria pengujian uji normalitas :

- a. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika data terdistribusi normal maka pengujian statistik yang digunakan adalah pengujian parademik. Jika dalam pengujian ditemukan data yang tidak normal, maka langkah yang harus dilakukan adalah mengubah data yang tidak normal tersebut kedalam bentuk algoritma, sehingga didapat hasil yang terdistribusi normal.

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamat kepengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

Menurut Ghozali (2013:142) salah satu cara untuk mendekati ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%. Kriteria pengujian heteroskedastisitas :

H_0 = Tidak terdapat heteroskedastisitas

H_a = Terdapat heteroskedastisitas

Melaui pengujian kriteria sebagai berikut :

Jika P value $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat heteroskedastisitas.

Jika P value $\geq 5\%$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:91) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

Jika variabel saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai antara korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.

1. Deteksi multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya adalah : Besar nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance.
2. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 (VIF kurang dari 10) dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (tolerance lebih dari 10% atau 0,10), maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.
3. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10 maka terdapat multikolinearitas.

Hipotesis yang digunakan dalam uji multikolinearitas yaitu :

H_0 = Tidak terdapat multikolinearitas

H_a = Terdapat multikolinearitas

Melalui pengujian kriteria sebagai berikut :

Jika nilai koefisien korelasi $> 0,8$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat multikolinearitas.

Jika nilai koefisien korelasi $< 0,8$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat multikolinearitas.

3.5.3.4 Uji Autokorelasi

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak adanya autokorelasi. Autokorelasi merupakan korelasi antara sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Tujuan dari uji autokorelasi ini adalah untuk menguji apakah dalam suatu regresi linier ada korelasi antara residual pada periode t dengan periode $t-1$. Jika terjadi autokorelasi maka dalam persamaan regresi linier tersebut terdapat masalah, karena hasil yang baik seharusnya tidak ada indikasi autokorelasi. Untuk memeriksa adanya autokorelasi biasanya menggunakan metode Durbin-Watson (DW) dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 = Tidak ada autokorelasi

H_a = Terdapat autokorelasi

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilihat dari nilai DW dan tingkat signifikan (α) = 5%, dengan kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2017:87):

- a. Jika $d < d_L$, maka H_0 ditolak : artinya terdapat korelasi positif antar variabel.
- b. Jika $d > d_L$, maka H_0 diterima : artinya terdapat korelasi negatif antar variabel.
- c. Jika $4 - d < d < 4 - d_U$, maka H_0 diterima : artinya tidak terdapat korelasi positif antar variabel.
- d. Jika $d_L < d < d_U$ atau $4 - d_U < d < 4 - d_L$: artinya tidak dapat diambil kesimpulan, maka pengujian dianggap tidak meyakinkan.

3.5.4. Analisis Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono 2017:275).

Penelitian ini, penulis menggunakan persamaan regresi linear berganda karena variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut Sugiyono (2017:275) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon_1 \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Bilangan konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Harga

3.5.5. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (KD) adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terkait Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X (Supranto, 2012:123).

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent yaitu kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

1. Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

$r_{y1.23}$ = Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$= \frac{ry1 - ry2 \cdot ry3 \cdot ry123}{\sqrt{(1 - (ry2)^2) \cdot (1 - (ry3)^2) \cdot (1 - (ry123)^2)}} \dots\dots\dots (3.4)$$

2. Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

$r_{y2.13}$ = Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$= \frac{ry2 - ry1 \cdot ry3 \cdot ry123}{\sqrt{(1 - (ry1)^2) \cdot (1 - (ry3)^2) \cdot (1 - (ry123)^2)}} \dots\dots\dots (3.6)$$

3. Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.7)$$

$r_{y3.12}$ = Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$= \frac{ry3 - ry1 \cdot ry2 \cdot ry123}{\sqrt{(1 - (ry1)^2) \cdot (1 - (ry2)^2) \cdot (1 - (ry123)^2)}} \dots\dots\dots (3.8)$$

Besarnya Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi atau disingkat Kd dapat diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya, yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.9)$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa besar perubahan variabel Y
dipergunakan oleh variabel X

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

100% = Perkalian yang dinyatakan dalam presentase

Dengan diketahuinya koefisien korelasi antara masing-masing variabel, Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3) serta Kepuasan Konsumen (Y) dapat ditentukan dengan koefisien determinasi. Koefisien determinasi tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y).

Pada dasarnya nilai r berkisar antara -1 dan 1, bila r mendekati -1 atau 1 maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang erat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Bila r mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sangat lemah bahkan tidak ada.

3.5.6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan dan parsial.

1. Uji Parsial (uji t)

Uji regresi parsial dilakukan untuk menguji signifikan dari setiap variabel independen apakah berpengaruh terhadap variabel depeden (Sugiyono, 2017: 161). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Jika t-hitung lebih besar dibandingkan dengan t-tabel pada taraf signifikansi (α) 5%, maka variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika t-hitung lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel pada signifikansi (α) 5%, maka variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

- a. Jika $\text{sig.} \leq 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, berarti ada hubungan (berpengaruh signifikan).
- b. Jika $\text{sig.} \geq 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak ada hubungan (berpengaruh signifikan).

2. Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan digunakan uji-F. Pengambilan kesimpulan hipotesis diterima atau ditolak ditentukan dengan kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2017: 159):

- a. Tingkat sig. $\leq 0,05\%$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen yang meliputi Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Harga (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
- b. Tingkat sig. $\geq 0,05\%$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel independen yang meliputi Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Harga (X_3) secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

GAMBAR 3.1

KERANGKA TAHAPAN ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

