

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Metode penelitian adalah salah cara untuk mendapatkan suatu informasi yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survey diambil dari informasi dari sampel dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan bertujuan untuk mengetahui pendapat dari sampel terhadap objek yang sedang diteliti. Metode survey dilakukan pada penelitian dengan populasi data jumlah besar maupun kecil.

Menurut Sugiono (2018:63) yaitu suatu pertanyaan penelitian yang bersifat untuk menanyakan hubungan antar variable atau lebih. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa metode peneltiain dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehiggga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan. Sedangkan menurut Darmadi (2016) menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Ada tiga bentuk hubungan dalam penelitian asosiatif yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif/resiprokal/timbal balik (Sugiyono 2016:57). Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif dengan hubungan kausal. Dalam hal tersebut penelitian ini ditinjau dari pendekatan analisisnya dengan menggunakan metode kuantitatif dengan cara metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode survey.

Dari beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah untuk memperoleh suatu data maka harus dilakukan dengan cara ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang akan diperoleh merupakan data dari sampel yang diambil dengan menggunakan kuesioner, yang akan diberikan kepada konsumen kedai Tentang Rasa Kopi.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Nursalam (2018) populasi penelitian adalah subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Menurut Sugiyono (2017:116), obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lainnya. Menurut Sukmadinata (2017) mengemukakan populasi adalah “kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita”. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung kedai kopi yang memiliki frekuensi kedatangan minimal tiga kali dalam sebulan.

Berdasarkan penjelasan beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi penelitian adalah semua objek yang telah memenuhi beberapa kriteria atau kelompok besar dan lingkungan wilayah penelitian.

3.2.2. Sampling dan Sampel penelitian

Sampel penelitian adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan populasi yang akan diteliti. Margono (2017) mengemukakan bahwa sampel adalah “bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu”. Menurut Sugiyono (2017:118) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen dari kedai Tentang Rasa Kopi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usia lebih dari 17 tahun. Dengan usia yang sudah memasuki kriteria dewasa diharapkan responden sudah dapat membuat penilaian secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.
2. Mendatangi kedai Tentang Rasa Kopi minimal 3 kali dalam sebulan. Responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah mendatangi 3 kali atau lebih di kedai Tentang Rasa Kopi karena penelitian ini juga berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan data konsumen yang diambil pada periode April sampai dengan Juni 2021, rata-rata jumlah konsumen yang datang perbulan dan mengunjungi kedai kopi minimal 3 kali dalam sebulan adalah 1.040 konsumen. Dengan jumlah populasi sebesar 1.040, maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1040}{1 + 1040 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{1040}{11,4}$$

$$n = 91,22 \text{ atau } 92.$$

Untuk keakuratan penelitian, digunakan sampel sebanyak 92 orang, dan 92 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) data primer merupakan materi atau kumpulan fakta yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti pada saat penelitian berlangsung. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber (tanpa perantara) di lapangan dengan melakukan penelitian didalamnya. Data primer diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan penyebaran kuisisioner kepada responden yang berisi

pertanyaan dan pernyataan tertulis untuk dijawab. Data ini digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap harga, cita rasa dan kualitas pelayanan, yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada kedai Tentang Rasa Kopi, yang selanjutnya dapat dijadikan sumber data dalam penelitian.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya serta sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

i. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 142). Dalam hal ini pertanyaan dalam kuesioner disusun dengan urutan yang sesuai dengan variabel yang sesuai dengan indikator, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi responden dalam menjawab pertanyaan dan pertanyaan tidak menyimpang dari penelitian. Skala pengukuran penelitian yang digunakan adalah skala *Likert* untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang disajikan dengan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen yang mendatangi kedai Tentang Rasa Kopi untuk diisi dan kemudian dijadikan sumber data dalam penelitian.

ii. Pengamatan/ observasi

Pengamatan/ observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung objek penelitian, dengan tujuan menambah data dan informasi yang diperlukan. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap keadaan atau situasi pada kedai Tentang Rasa Kopi dengan pelayanan yang ada dan dirasa oleh konsumen kedai Tentang Rasa Kopi.

3.4. Operasional Variabel

3.4.1. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan berupa kuesioner yang diukur menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/ sekelompok orang dalam kejadian tertentu. Menggunakan skala *Linkert* untuk mendapatkan jawaban yang tidak bias, karena mempunyai skor ganjil akan mendapatkan jawaban yang menjadikan objek penelitian memilih jawaban ragu-ragu. Dalam skala *Likert* terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat setuju memiliki skor 4, setuju memiliki skor 3, tidak setuju memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak setuju memiliki skor 1. Jawaban pada setiap item instrument memiliki bobot nilai yang tercantum pada **Tabel 3.1**

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2017)

Variabel yang diukur kemudian dijabarkan ke dalam beberapa indikator, dan dari masing-masing indikator memiliki sub indikator yang akan dijadikan pedoman untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dapat dilihat pada **Tabel 3.2**

Tabel 3.2. Indikator Harga, Cita Rasa dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator	No Butir
Harga (X1) Kotler (2019)	Keterjangkauan Harga	1
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	3
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	4
Cita Rasa (X2) James (2018)	Bau	5
	Rasa	6
	Rangsangan Mulut	7
Kuatlitas Pelayanan (X3) Parasuraman (2018)	Tangibles (Bukti Langsung)	8
	Reability (Kehandalan)	9
	Responsiveness (Daya tangkap)	10
	Assurance (Jaminan)	11
	Empaty	12
Kepuasan Konsumen (Y1) Setyowati (2018)	Kualitas yang dijanjikan sesuai dengan yang dijanjikan	13
	Pelayanan yang cepat	14
	Pelayanan yang tanggap terhadap keluhan konsumen	15
	Pelayanan baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen	16

Sumber: Kotler (2019), James (2018), Parasuraman (2018), Setyowati (2018).

3.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Menurut Sugiarto (2016) validitas adalah hubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2016) Validitas menunjukkan keakuratan alat ukur dalam penelitian relatif terhadap pengukuran yang sebenarnya. Data yang diperoleh ditabulasikan, kemudian dilakukan analisis faktor untuk mengajukan *construct validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana (r hitung), yaitu mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3.2)$$

- R hitung = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari
 N = Banyaknya responden (Populasi)
 X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
 Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid.

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS v.26 (*Statistical Package for Social Sciences*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan table r produk moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- i. Apabila r hitung > r table, maka item kuesioner tersebut valid.
- ii. Apabila r hitung < r table, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Apabila nilai r hitung sebesar 0,3 (r kritis) ke atas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Sugiarto dan Sitinjak (2016) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa istumen yang digunakan untuk memperoleh infomasi yang benar dilapangan. Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Setelah semua pertanyaan sudah valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas dengan *cronbach's alpha*. Dilakukan terhadap seluruh pertanyaan dari variabel. Caranya adalah membandingkan r hasil dengan nilai konstanta (0,6). Dalam uji reliabilitas sebagai nilai r hasil adalah nilai alpha. Ketentuannya bila r alpha > konstanta (0,6) maka pertanyaan tersebut *reliabel*.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) v.26 hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan di sajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan.

3.5.3. Metode Analisis Statistik Data

3.5.3.1. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2014:128) Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh model yang dibentuk dengan menerapkan variasi variabel independen. Nilai determinasi digunakan pada penelitian ini ialah nilai *adjusted r²*. Nilai tersebut digunakan arena nilai *adjusted r²* pada saat di evaluasi model regresi dapat turun atau naik apabila variabel independen ditambahkan kedalam model untuk digunakan dalam mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Apabila r^2 mendekati berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

3.5.3.2. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Rumus koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap dependen secara simultan ataupun parsial dengan rumus :

(1) Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2, X_3 konstan)

$$KDY_{1.23} = (r_{y1.23})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

(2) Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1, X_3 konstan)

$$KDY_{2.13} = (r_{y2.13})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

(3) Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1, X_2 konstan)

$$KDY_{3.12} = (r_{y3.12})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

(4) Determinasi berganda X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = r_{y123}^2 \times 100\% \quad \dots\dots\dots (3.6)$$

Keterangan :

$r_{Y_1.23}$ = Korelasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$= \frac{r_{y1} - r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{y123}}{\sqrt{(1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}}$$

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

$$= \frac{r_{y2} - r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{y12}}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}}$$

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

$$= \frac{r_{y3} - r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y123}}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}}$$

X_1 = Harga

X_2 = Cita Rasa

X_3 = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Konsumen

3.5.3.3. Analisis Regresi Berganda

Ghozali (2018) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengertian menurut Danang Sunyoto (2016:47) menjelaskan bahwa dilakukannya analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic SPSS v.26 untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output

berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian. Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi linear berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas.

Dalam Penelitian ini yang menjadi variabel terikat kepuasan konsumen, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah harga, cita rasa dan kualitas pelayanan

Model hubungan keputusan pembelian dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad \dots\dots\dots (3.3)$$

Dimana:

Y : Keputusan pembelian (Variabel dependen)

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X₁ : Harga (Variabel Independen)

X₂ : Cita rasa (Variabel Independen)

X₃ : Kualitas Pelayanan (Variabel Independen)

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear yang berbasis ordinary least square (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai Tolerance mengukur variabilitas dari

variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/\text{tolerance}$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas pada satu observasi ke observasi lainnya. Untuk model regresi yang baik adalah pada model regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan uji Run

Test. Run test merupakan bagian dari statistik non-parametrik yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian, apakah antar residual terjadi korelasi yang tinggi. Apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi, dapat dikatakan bahwa residual adalah random atau acak. Dengan hipotesis sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 5% atau 0,05, maka untuk H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti data residual terjadi secara tidak acak (sistematis).

Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 5% atau 0,05, maka untuk H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut berarti data residual terjadi secara acak (random).

2. Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Widjarjono, 2017). Dari teori yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa uji t digunakan mengetahui dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen (Y). Uji Hipotesis ini menggunakan SPSS 26.0 dengan hasil perhitungan dibandingkan dengan t_{tabel} dan t_{hitung}

A. Uji Koefisien regresi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_1 \leq 0$$

$$H_0: \beta_1 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 92, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$, (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

B. Uji Koefisien regresi pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_2 \leq 0$

Ho: $\beta_2 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel $(n) = 92$, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

C. Uji Koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_3 \leq 0$

Ho: $\beta_3 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel $(n) = 92$, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

3. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Menurut Kuncoro (2018) uji f digunakan untuk menguji signifikansi tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dari teori yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa uji f digunakan untuk mengetahui apakah secara langsung bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut :

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut F_{hitung} dibanding dengan F_{tabel} dan kriteria uji untuk F_{hitung} sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, Maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama, sedangkan jika H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Dengan tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$, (signifikansi 5% atau 0,05) ukuran standar yang sering digunakan penelitian

Menentukan Hipotesis

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$:

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: