

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Model Penelitian

Model dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Strategi asosiatif merupakan strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan (pengaruh) antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:20). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh nilai-nilai kewirausahaan dan inovasi terbuka sebagai variabel bebas (X) terhadap kinerja UMKM sebagai variabel terikat (Y).

Indikator-indikator variabel tersebut akan dikembangkan menjadi butir-butir pertanyaan yang dituangkan dalam kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*. Selanjutnya, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan program statistik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, hal ini sesuai dengan pernyataan (Sugiyono, 2018:23) yang menyatakan metode kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan filosofi *positivisme* untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai besaran dan sifat tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:136). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM sektor kuliner sebanyak 202 unit usaha yang tersebar dalam 9 kelurahan di Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan 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 tersebut (Sugiyono, 2018:137). Penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Cara pengambilan sampel penelitian dengan metode *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, diantaranya:

1. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM.
2. Lokasi usaha mencakup wilayah Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor.
3. UMKM secara aktif beroperasi.
4. Merupakan UMKM dari sektor kuliner pengolahan makanan.
5. Memiliki jaringan pemasaran online dan offline.
6. Memiliki gerai/lokasi produksi.

Setelah melakukan *purposive sampling method* kepada 202 UMKM dalam populasi, didapatkan bahwa penelitian sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 UMKM di Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor yang terbagi menjadi beberapa kelurahan sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Daftar UMKM Yang Menjadi Sampel Penelitian

No.	Nama Kelurahan	Jumlah UMKM
1	Pemagarsari	17
2	Bojong Indah	11
3	Parung	19
4	Waru	19
5	Jabon Mekar	11
6	Iwul	16
7	Waru Jaya	12
8	Bojong Sempu	18
9	Cogreg	27
TOTAL:		150

Sumber: Kecamatan Parung, diolah oleh peneliti

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei kuesioner tidak langsung (*online*). Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online*, diperoleh responden dalam penelitian ini sebanyak 107 UMKM yang berpartisipasi, sebagai berikut:

Tabel 3. 2. Daftar UMKM Yang Menjadi Responden Penelitian

No.	Nama Kelurahan	Jumlah UMKM
1	Pemagarsari	14
2	Bojong Indah	8
3	Parung	13
4	Waru	10
5	Jabon Mekar	11
6	Iwul	9
7	Waru Jaya	11
8	Bojong Sempu	12
9	Cogreg	19
TOTAL :		107

Sumber: Kecamatan Parung, diolah oleh peneliti

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu (Sekaran & Bougie, 2019:130). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner secara *online* melalui tautan (*link*) *google form* kepada pemilik usaha.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada (Sekaran & Bougie, 2019:170). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah

literatur, buku-buku, jurnal terdahulu, *website* terkait dan artikel yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Berdasarkan jenis dan sumber data penelitian, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* melalui tautan (*link*) *google form* kepada pemilik usaha. Kuesioner yang disebarakan tentang tanggapan responden mengenai pengaruh nilai-nilai kewirausahaan dan inovasi terbuka pada kinerja UMKM di Kecamatan Parung.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:225). Supaya mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner tersebut, pertanyaan yang digunakan disusun dengan urutan yang sesuai dengan variabel dan indikator.

Selain dengan teknik kuesioner, dilakukan pula studi pustaka dengan mengumpulkan data dan teori yang relevan terhadap fenomena dan permasalahan yang akan diteliti pada literature dan bahan pustaka lainnya seperti buku, artikel, jurnal nasional maupun internasional, dan berbagai penelitian terdahulu. Menurut (Sugiyono, 2018:291), studi kepustakaan ini berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi yang lainnya berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada keadaan sosial yang akan diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting untuk melakukan penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2018:158).

Tabel 3. 3. Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Singkatan	Skor (+)	Skor (-)
1	Sangat Setuju	SS	5	1
2	Setuju	S	4	2
3	Netral	N	3	3
4	Tidak Setuju	TS	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1	5

Sumber: Sugiyono (2018)

Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimum skor 1 (satu) dan maksimum skor 5 (lima). Lima alternatif jawaban tersebut yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.4 Definisi Operasional dan Skala Pengukurannya

Sugiyono (2018:66) menyatakan bahwa, variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini mencakup dua macam variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

3.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:68). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kinerja UMKM.

3.4.1.1 Kinerja UMKM (Y)

Kinerja usaha adalah ukuran kinerja perusahaan yang dicapai di seluruh kegiatan produksi dan pemasaran organisasi usaha. Tiga pemangku kepentingan yaitu pemasok, konsumen, dan karyawan diyakini sebagai faktor kunci penting untuk mempengaruhi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari UKM di bidang makanan dan minuman (Toaha et al., 2019). Kinerja usaha merupakan konsep untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan. Kinerja usaha

merupakan elemen penting dari kinerja perusahaan, secara umum karena kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja usahanya selama ini. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar, dimana kinerja bisnis sebagai suatu kesuksesan mengembangkan pasar dengan produk baru (Megracia, 2021).

3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018:68). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu nilai-nilai kewirausahaan dan inovasi terbuka.

3.4.2.1 Nilai-Nilai Kewirausahaan (X1)

Pada dasarnya nilai-nilai kewirausahaan merupakan indikator yang dimulai dari membangun kepercayaan diri sendiri dengan membentuk keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, dan bertanggung jawab dalam menjalankan suatu usaha. Selanjutnya diikuti dengan adanya keberanian untuk mengambil risiko melalui berbagai perhitungan yang tidak merugikan perusahaan Sukirman, n.d. (2017). Nilai kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha kecil mampu mewujudkan terbentuknya perilaku usaha melalui pengembangan usaha dan pengambilan keputusan yang dilakukan dalam menjalankan usaha (Laiuluy et al., 2021).

3.4.2.2 Inovasi Terbuka (X2)

Inovasi terbuka adalah proses distribusi inovasi yang fungsi utamanya adalah mengelola aliran pengetahuan di dalam dan di luar organisasi, sedangkan istilah inovasi mengacu pada pengembangan cara baru untuk berbagi pengetahuan Hameed et al., (2018). Pada paradigma inovasi terbuka, perusahaan mengintegrasikan ide-ide dan sumber informasi internal dan eksternal secara optimal, agar lebih efektif dalam mengelola biaya dan risiko untuk mempercepat pengembangan teknologi atau kepentingan perusahaan. Perusahaan menggunakan pendekatan ini kepada internal organisasi agar arus pengetahuan dapat masuk dan keluar dengan baik yang masing-masing berguna untuk mempercepat inovasi internal dan secara eksternal dapat memperluas inovasi (Fadhilah & Kurnia, 2018).

Tabel 3. 4. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Nomor Item Kuesioner
Nilai-Nilai Kewirausahaan (X1) (Salahuddin Uno et al., 2019)	1. Prestasi 2. Stimulasi 3. Arahkan diri 4. Universalitas 5. Kebajikan 6. Keamanan	1-13
Inovasi Terbuka (X2) (Popa et al., 2017; Ramirez-Portilla et al., 2017)	1. Praktik Masuk 2. Praktik Keluar	14-25
Kinerja UMKM (Y) (Caputo et al., 2016; Hameed et al., 2018)	1. Rasio perputaran asset 2. Pertumbuhan penjualan 3. Komersialisasi ide 4. Ide baru 5. Kolaborasi 6. Lisensi ide terbaru	25-32

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang terdiri dari teknik analisis deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, teknik analisis *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *SmartPLS* versi 3.0.

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan tersebut meliputi mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018:232). Dalam penelitian ini, pengolahan dan penyajian data dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0.

3.5.1 Metode Analisis Data

3.5.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2018:232). Analisa statistik deskriptif menunjukkan nilai rata-rata dan standar deviasi masing-masing variabel yang diteliti, baik variabel terikat maupun variabel variabel bebas, yang dihitung berdasarkan data keseluruhan.

3.5.1.2 Analisis *Partial Least Square (PLS)*

Dalam penelitian ini, analisis pengaruh nilai-nilai kewirausahaan dan inovasi terbuka terhadap kinerja UMKM akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares (PLS)*.

Menurut Abdillah & Hartono, (2015:161), *Partial Least Squares (PLS)* merupakan teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel independen dan variabel dependen. Tujuan *Partial Least Squares (PLS)* adalah memprediksi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dan menjelaskan hubungan teoritis antara kedua variabel (Abdillah & Hartono, 2015:163).

Di dalam analisis model pengukuran *Partial Least Squares (PLS)* menggunakan metode *principal component analysis*, yaitu blok ekstraksi varian untuk melihat hubungan indikator dengan konstruk latennya dengan cara menghitung total varian yang terdiri atas varian umum (*common variance*), varian spesifik (*specific variance*) dan varian error (*error variance*) sehingga total varian

menjadi tinggi (Abdillah & Hartono, 2015:171). Terdapat tiga tahapan dalam analisis *Partial Least Squares (PLS)* yaitu tahap model pengukuran (*outer model*), tahap model struktural (*inner model*) dan tahap uji hipotesis.

3.5.1.2.1 Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator reflektif dinilai dengan validitas konvergen dan diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali & Latan Hengky, 2020:67). Uji yang dilakukan pada *outer model* yaitu:

1. Pengukuran Model Reflektif

Model pengukuran dinilai dengan menggunakan validitas dan reliabilitas. Validitas yang tinggi memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan pengukuran, sedangkan validitas yang rendah menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Koefisien korelasi dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- Antara 0,80 sampai 1,00 = Sangat Tinggi
- Antara 0,60 sampai 0,80 = Tinggi
- Antara 0,40 sampai 0,60 = Cukup
- Antara 0,20 sampai 0,40 = Rendah
- Antara 0,00 sampai 0,20 = Sangat Rendah

Semakin tinggi koefisien validitas mendekati 1,00 maka semakin valid hasil ukurnya. Peneliti mengambil standar minimal koefisien validitas untuk digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5. Rule of Thumb Validitas Outer Model

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
<i>Convergent Validity</i>	<i>Loading Factor</i>	>0.50 untuk <i>confirmatory research</i>
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0.50 untuk <i>confirmatory</i> maupun <i>exploratory research</i>
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	>0.50 untuk setiap variabel

Sumber: (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2018)

a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Nilai konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Nilai *loading factor* harus $>$ dari 0,5 dan idealnya 0,7 atau lebih tinggi (Arifin & Yusoff, 2016; Maskey et al., 2018; Samuels, 2017). Variabel dengan nilai pemuatan kurang dari 0,5 harus dihilangkan. Nilai pemuatan 0,5 masih dapat diterima dan dapat dipertahankan ketika *average variance extracted (AVE)* adalah 0,50 atau lebih dan *Composite Reliability (CR)* berada dalam kisaran yang dapat diterima, sehingga factor loading rendah dapat dihapus asalkan meningkatkan AVE minimal 0.50 dan CR 0,70 (Ali, Rasoolimanesh, Sarstedt, Ringle, & Ryu, 2018; Hair et al., 2018; Samuels, 2017; Wieland, Durach, Kembro, & Treiblmaier, 2017). Oleh karena itu, kriteria ini menghasilkan lebih sedikit jumlah penghapusan item, meskipun mereka dimuat pada faktor dengan pemuatan di bawah 0,7. Serta nilai *average variance extracted (AVE)* harus $>$ 0,50 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* maupun *exploratory* (Ghozali & Latan Hengky, 2020:68).

b) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan dapat ditunjukkan menggambarkan relasi alat ukur atribut yang berbeda. Validitas diskriminan direkomendasi dengan korelasi dari alat ukur yang mengukur pada atribut yang berbeda, diharapkan tidak ekstrim dan lebih kecil dibanding dengan alat ukur yang mengukur atribut sama. Dalam penelitian ini pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan metode *cross loading*. Suatu variabel dinyatakan dengan valid apabila nilai *cross loading* $>$ 0,50 (Arifin & Yusoff, 2016; Maskey et al., 2018; Samuels, 2017).

Untuk reliabilitas dapat digunakan:

Tabel 3. 6. Rule of Thumb Reliabilitas Outer Model Reflektif

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0.70 untuk <i>confirmatory research</i> >0.60 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Composite Reliability</i>	>0.70 untuk <i>confirmatory research</i> 0.60 – 0.70 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>

Sumber: *Partial Least Square* (Ghozali & Latan Hengky, 2020:71)

a) *Cronbach's Alpha*

Besaran nilai diharapkan > 0,70 untuk semua konstruk, namun besaran nilai > 0,60 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory* (Ghozali & Latan Hengky, 2020:71).

b) *Composite Reliability*:

Nilai *composite reliability* harus lebih > 0,70 untuk penelitian *confirmatory* dan nilai 0,60 - 0,70 masih dapat diterima untuk penelitian *exploratory* (Ghozali & Latan Hengky, 2020:71).

2. Pengukuran Model Formatif

Untuk pengukuran model formatif dilakukan dengan pengujian yang berbeda. Uji untuk pengukuran model formatif yaitu dilakukan dengan signifikansi *weight*-nya. Untuk memperoleh signifikansi *weight* harus melalui prosedur penyampelan berulang (*resampling*) dan nilai *weight* indikator formatif dengan konstraknya harus signifikan (Ghozali & Latan Hengky, 2020:71).

3.5.1.2.2 Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural atau inner model bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Ghozali & Latan Hengky, 2020:67). Pengukuran model struktural dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

Tabel 3. 7. Rule of Thumb Inner Model

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-square</i>	0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model kuat, <i>moderate</i> dan lemah 0.75, 0.50 dan 0.25 menunjukkan model kuat, <i>moderate</i> dan lemah
<i>Goodness of Fit</i> (GoF)	SRMR > 0,10 menunjukkan model layak SRMR > 0,08 menunjukkan model <i>perfect fit</i>

Sumber: *Partial Least Square* (Ghozali & Latan Hengky, 2020)

1. Koefisien Determinasi atau *R-Square* (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R^2 Nilai R^2 0,75 kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah (Ghozali & Latan Hengky, 2020:75).

2. *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit adalah semua uji yang digunakan untuk mengukur apakah suatu model layak dipakai dalam suatu penelitian. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai SRMR, apabila nilai SRMR lebih kecil dari 0,10 maka model layak dipakai. Apabila nilai SRMR lebih kecil dari 0,08 maka model dinyatakan *perfect fit* (Ghozali & Latan Hengky, 2020:75).

3.5.2 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai pengukuran, baik *outer model* maupun *inner model*, selanjutnya yaitu melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel dependen dan independen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai pengaruh antar variabel.

Tabel 3. 8. Rule of Thumb Uji Hipotesis

Kriteria	Rule of Thumb
Signifikan (2-tailed)	t-value 1.65 (signifikansi level = 10%), 1.96 (signifikansi level = 5%), dan 2.58 (signifikansi level = 1%)

Sumber: *Partial Least Square* (Ghozali & Latan Hengky, 2020)

Untuk nilai probabilitas dan nilai *p-value* dengan alpha 5% adalah $< 0,05$. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik $>$ t-tabel 1,96. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas, maka H_a diterima jika nilai *p-value* $< 0,05$ (Ghozali & Latan Hengky, 2020:42).

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

3.5.2.1 Uji Secara Parsial

Pengujian secara parsial untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk pengujian pengaruh parsial, hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menentukan H_{10} dan H_{1a} :

$H_{10} : \beta = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{1a} : \beta \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika signifikansi $> 0,05$.

2. Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menentukan H_2o dan H_2a :

$H_2o : \beta = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_2a : \beta \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika signifikansi $> 0,05$.

