

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Kelapa Lagoon kota Bandung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3). Sedangkan objek yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah kepuasan konsumen (Y) di restoran Kelapa Lagoon yang terletak di Jl. Sumatra No. 5-7 Braga, Sumur Bandung, Jawa Barat – Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September sampai Februari 2011.

3.2 Metode Penelitian

Sapari Imam Ansyari (1993:66) mengemukakan istilah metode sebagai “cara atau sistem mengerjakan sesuatu”. Dan menurut Engking Soewarman Hasan (1997:4) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan penelitian adalah “secara etimologis, penelitian meninjau kembali apa-apa yang telah terjadi untuk kepentingan yang akan datang atau penyelidikan untuk memperoleh data-data atau fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sehubungan dengan hal tersebut Winarnoo Surachman (1982: 139-140) menyatakan sebagai berikut : Penyelidikan deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang. Pelaksanaan metoda deskriptif tidak hanya

sampai pada pengumpulan data dan menyusun tetapi meliputi analisa dan interpretasi tentang hubungan itu juga menetapkan hubungan dan kedudukan satu unsur dengan unsur lainnya.

Menurut Masri Singarimbun, (1981:4), menyatakan bahwa penelitian yang menggunakan metode deskriptif biasanya memiliki dua tujuan, yaitu : Pertama; untuk mengetahui perkembangan secara fisik tertentu atau frekwensi terjadinya suatu aspek fenomena sosial tertentu. Kedua : untuk mendiskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu yang terjadi saat sekarang.

Metode verifikatif adalah mencocokkan atau mengkroscek kembali data yang diteliti. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menguji kebenaran suatu fenomena dan memastikan bahwa analisis dapat menerapkan metode analisis dengan baik dan untuk menjamin mutu hasil uji. Verifikatif dengan menetapkan presisi, akurasi, dan batas deteksi (jika perlu) pada suatu metode analisis. Penetapan presisi dapat dilakukan dengan salah satu pengujian berikut: Pengujian berulang pada sampel yang ada.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi tiga variabel independent yaitu kualitas produk (X1), harga sebagai (X2), kualitas pelayanan sebagai (X3), sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependent (Y). Variabel-variabel tersebut digambarkan lebih jelas dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkatan dimana anggapan kinerja (<i>perceived performance</i>) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. (Kotler dan amstrong, 2006:13)	Gambaran kepuasan pengecer yang meliputi kesenjangan atau perbandingan antara harapan dan kenyataan.	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai :	Interval
		<ul style="list-style-type: none"> - Faktor-faktor dominan penentu penilaian produk yang diharapkan - Faktor-faktor dominan penentu penilaian produk yang dirasakan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat faktor-faktor dominan penentu penilaian produk yang diharapkan - Tingkat faktor-faktor dominan penentu penilaian produk yang dirasakan 	
Kualitas Produk (X ₁)	Bagian dari kebijakan produk adalah perihal kualitas produk. Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa. perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. (David Garvin yang dikutip Vincent Gasperz)	Performance Kinerja Produk	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai : <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat tampilan makanan dan minuman - Tingkat kualitas makanan dan minuman 	Interval
		Features Ciri-ciri Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kekhasan makanan dan minuman - Tingkat variasi makanan dan minuman 	Interval
		Reliability Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kematangan makanan - Tingkat kerusakan bahan makanan 	Interval
		Durability Daya Tahan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat daya tahan makanan dan minuman 	Interval
		Aesthetics Estetika	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat rasa makanan dan minuman - Tingkat aroma makanan dan minuman 	Interval
		Fit and finish Kemantapan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas produk 	Interval
		Serviceability Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kecepatan pelayanan makanan dan minuman - Tingkat ketepatan pelayanan makanan dan minuman 	Interval

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Harga (X ₂)	“Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa” (Kotler, 1997:340).	Tingkat Harga	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai : - Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan penawaran yang diberikan	Interval
		Potongan Harga	- Tingkat tanggapan mengenai pengurangan dari harga yang ada. Pengurangan ini dapat berbentuk tunai atau konsesi yang lain. - Tingkat kesesuaian besarnya potongan harga	Interval
Kualitas Pelayanan (X ₃)	“Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”, (Wykof dalam Fandy Tjiptono (2005:260)	Tangibles Bukti fisik	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai : - Tingkat fasilitas restoran (tempat makan, tempat parkir, wc, alat komunikasi) - Tingkat kondisi peralatan makan restoran - Tingkat penampilan pegawai restoran - Tingkat ketepatan pelayanan - Tingkat kemudahan proses pembayaran - Tingkat kesesuaian pelayanan	Interval
		Reiability Keandalan		
		Responsivess Daya tanggap	- Tingkat kecepatan pelayanan - Tingkat kesiapan pegawai restoran memberikan bantuan kepada konsumen - Tingkat kesiapan pegawai restoran menanggapi keluhan dari konsumen	Interval
		Assurance Jaminan	- Tingkat sikap pegawai restoran - Tingkat pengetahuan pegawai restoran - Tingkat keterampilan pegawai restoran	Interval
		Emphaty Empati	- Tingkat kepedulian pegawai restoran - Tingkat kepahaman pegawai restoran terhadap keinginan konsumen	Interval

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data dan Berbagai Referensi Buku

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini berupa :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner di lapangan.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

Tabel 3.2
Sumber Data Penelitian

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Profil restoran Kelapa Lagoon	Data Sekunder	Restoran Kelapa Lagoon
2.	Jumlah pengunjung restoran Kelapa Lagoon	Data Primer	Responden restoran Kelapa Lagoon
3.	Tanggapan ketidakpuasan di restoran Kelapa Lagoon	Data Primer	Responden Kelapa Lagoon

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Suatu penelitian memerlukan data atau informasi yang berguna untuk bahan pemecahan masalah yang ditemukan dalam penelitian tersebut. Untuk itu diperlukan teknik pengumpulan data yang tepat, agar penelitian mencapai tujuan yang diinginkan.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah :

- a. *Wawancara*, yaitu penulis lakukan untuk mendapatkan data sebagai jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian itu sendiri. Sehubungan dengan teknik

wawancara ini H. Engking S. Hasan (1997 : 49-50), menyatakan bahwa :
“Wawancara adalah sebagai proses interaksi, interelasi, mempunyai karakteristik, isyarat dari persepsi dan didalam prosesnya perlu diperhatikan beberapa hal yaitu situasi wawancara, isi wawancara, pewawancara/ interviewer”.

- b. *Observasi*, yaitu mengadakan peninjauan langsung terhadap objek penelitian yang dalam hal ini terdiri atas gambaran daerah lokasi penelitiandalam rangka melihat restoran dan menyebarkan angket.

Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikanto (1983 : 111), bahwa observasi itu :meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi observasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Apa yang dikatakan ini sebenarnya adalah pengalaman langsung.

- c. *Angket*, yaitu untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun dan disebarakan untuk mendapatkan informasi atau keterangan responden mengenai masalah yang sedang diteliti.

Prof. Dr. S. Nasution. M.A. dalam buku metode research : 178 mengatakan bahwa : “Angket adalah daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh keterangan tertentu dari responden yang kadang-kadang tersebar tempat tinggalnya. Dalam penyusunan angket ini dapat bersifat tertutup, terbuka juga dapat pula dengan kombinasi antara penutup dan terbuka.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Populasi atau *population* menurut bahasa, sama sedangkan dalam penelitian. lebih lanjut ditegaskan oleh Engking Soewarman Hasan, (1997 : 54), bahwa populasi dimaksudkan keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa konsumen, makanan, harga, dan pelayanan dan sebagainya yang menjadi objek penelitian.

Populasi adalah sekelompok subjek yang akan menjadi sumber data baik berupa benda, manusia, gejala maupun peristiwa sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti. Definisi lain yang dianggap lebih sederhana, dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (1987 : 102), yaitu populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah banyaknya rata-rata pembeli yang telah membeli di restoran Kelapa lagoon adalah sebanyak 532 orang per minggunya.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian atau perwakilan dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dan dapat mewakili populasi. Para ahli tidak memberikan kepastian, berapa besar sampel yang harus diambil dari seluruh penelitian, namun para ahli memberikan perkiraan sebagai pedoman dalam menentukan besarnya sampel dari sebuah populasi.

Menurut data dari Restoran Kelapa Lagoon populasi di restoran tersebut pada tahun 2009 ialah sebagai berikut:

Populasi restoran per bulannya sebanyak 2129 orang, populasi per minggunya sebanyak 532 orang. Maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

N = Populasi

n = Sampel

e = 0,1 (merupakan tingkat kesalahan)

$$n = \frac{532}{1 + 532(0,1)^2}$$

$$n = \frac{532}{6,32}$$

$$n = 84,17 \approx 85$$

Jadi sampel minimal yang diambil adalah sebanyak 84 pengunjung dibulatkan menjadi 85 orang. Agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan di dalam penelitian ini ditambah 15 orang sehingga berjumlah 100 orang.

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Riduwan (2003:11), teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representative dari populasi. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling sistematis, menurut Riduwan (2003:17), sampling sistematis ialah pengambilan sampel didasarkan atas urutan dari populasi yang telah diberi nomor urut atau anggota sampel diambil dari populasi pada jarak interval waktu, ruang dengan urutan yang seragam.

Langkah-langkah teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen restoran Kelapa Lagoon.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai penelitiannya adalah restoran Kelapa Lagoon.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 12.00-17.00 WIB, (waktu rentan kepadatan pengunjung).
4. Jumlah populasi 532 konsumen diberi nomor urut No.1 sampai dengan No.532. pengambilan sampel dilakukan berdasarkan nomor genap atau

nomor ganjil. Pengambilan sampel bisa juga dengan cara mengambil nomor kelipatan.

3.6 Uji Validitas, Uji Reabilitas dan Hasil Pengujian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas suatu instrument (dalam hal ini kuesioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Suatu variabel (pertanyaan) dikatakan valid bila skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya.

Teknik korelasi yang digunakan korelasi *Pearson Product Moment*:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : (Riduwan, 2003:227)

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan Uji, adalah sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka soal tersebut valid.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid.

Untuk mengetahui hasil perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program Microsoft Excel 2007 *for windows*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali dengan alat ukur (kuesioner) yang sama. Untuk menguji reabilitas dilakukan dengan cara *test-retest* yang dilakukan dengan cara mencobakan instrumennya beberapa kali pada responden, jadi dalam hal ini instrument dan respondennya sama tapi waktunya yang berbeda.. Realibilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrument tersebut sudah dinyatakan reliable. Pengujian cara ini sering disebut *stability*.

Perhitungan realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrument pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dengan rentang skor antara 1-

5.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber : Suharsimi Arikunto, (2006,196)

Keterangan :

$r_{1,1}$ = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir soal

$\sigma^2 t$ = varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Suharsimi Arikunto, (2006,184)

Keterangan :

n = jumlah sampel

σ = nilai varians

x = nilai skor yang dipilih

keputusan uji reabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5%, maka item pertanyaan dikatakan reliable.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5%, maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

3.6.3 Hasil Pengujian

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Instrumen

No.	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,444	0,916	Valid
2		0,444	0,807	Valid
3		0,444	0,906	Valid
4		0,444	0,681	Valid
5		0,444	0,910	Valid
6		0,444	0,916	Valid
7		0,444	0,535	Valid
8		0,444	0,661	Valid
9		0,444	0,631	Valid
10		0,444	0,878	Valid
11		0,444	0,674	Valid
12		0,444	0,686	Valid
13	Harga	0,444	0,630	Valid
14		0,444	0,840	Valid
15		0,444	0,555	Valid
16	Kualitas Pelayanan	0,444	0,627	Valid
17		0,444	0,812	Valid
18		0,444	0,721	Valid
19		0,444	0,750	Valid
20		0,444	0,877	Valid
21		0,444	0,811	Valid
22		0,444	0,844	Valid
23		0,444	0,803	Valid
24		0,444	0,836	Valid
25		0,444	0,513	Valid
26	Kepuasan Konsumen	0,444	0,673	Valid
27		0,444	0,768	Valid
28		0,444	0,566	Valid
29		0,444	0,606	Valid
30		0,444	0,666	Valid
31	0,444	0,828	Valid	

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen

No.	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,444	0,945	Realibel
2	Harga	0,444	0,813	Realibel
3	Kualitas Pelayanan	0,444	0,936	Realibel
4	Kepuasan Konsumen	0,444	0,810	Realibel

3.7 Teknik Analisis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval. Sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat digunakan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi korelasi.

3.7.1 Koefisien Korelasi

Rumus yang digunakan dalam menentukan koefisien korelasi yaitu dengan *korelasi pearson roduct moment*. Karena sangat populer dipakai para peneliti. Korelasi ini dikemukakan oleh Karl Pearson tahun 1900. Kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent).

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Sumber : (Dr.Riduan,M.B.A dan Dr.H.Sunarto,M.Si, 2009:80)

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila :

nilai $r = -1$, artinya korelasinya negative sempurna

nilai $r = 0$, artinya tidak ada korelasi

nilai $r = 1$, artinya korelasinya sangat kuat

Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r , sebagai berikut :

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Riduan dan Sunarto, 2009:80)

3.7.2 Uji Regresi Linier Ganda

Seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dikumpulkan untuk selanjutnya diklasifikasikan untuk kepentingan penulisan. Data yang dianggap mendukung penelitian kemudian dianalisis berdasarkan metode yang digunakan oleh peneliti, sehingga diperoleh uraian yang diharapkan. Uraian yang diperoleh kemudian diklasifikasikan secara sistematis untuk dijadikan tulisan laporan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sumber : Sumber : (Riduan dan Sunarto, 2009:80)

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Angka koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = tingkat estimasi (eror)

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut :

- a. mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu : $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$.

- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2009:272) sebagai berikut :

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum - (\sum X_i)^2}$$

Sumber : Sugiyono, (2009:272)

X dikatakan mempengaruhi Y, manakala berubahnya X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X disebabkan naik turunnya Y dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi.

3.7.3 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiono (2009:231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien determinasi (r^2). Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Rumus koefisien determinasi :

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Sumber : Sugiyono, (2007:275)

Menurut Sugiono (2009:231) Koefisien determinasi (uji r^2) merupakan proporsi atau presentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi sebagai berikut :

$$0 \leq r^2 \leq 1$$

1. Jika nilai r^2 semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin dekat pula.
2. Jika nilai r^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat tidak mendekati.

3.8 Rancangan Uji Hipotesis

Koefisien korelasi yang telah dihasilkan merupakan langkah pertama untuk menjelaskan derajat hubungan linier antara dua variabel. Selanjutnya perlu dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui apakah hubungan antara dua variabel terjadi secara signifikan atau hanya karena faktor kebetulan dari random sampel (by chance). Uji hipotesis dapat dilakukan dengan dua cara :

1. membandingkan nilai r hitung dengan r tabel
2. menggunakan pengujian dengan pendekatan distribusi t

Pengujian ini menggunakan dengan pendekatan distribusi t, dengan formula :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

Sumber : (Agus Riyanto, 2009:125)

Keterangan :

t = distribusi *student* dengan derajat kebebasan dk = n – 2

r = koefisien *korelasi product moment*

n = banyaknya data

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka soal tersebut valid.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid.

Untuk menentukan kriteria pengambilan keputusan hipotesis pengaruh yang diajukan, terlebih dahulu perlu dicari nilai dari rhitung yang dibandingkan dengan nilai rtabel, dengan tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 pada taraf kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan.

Kaidah pengambilan keputusan :

1. Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah :

- a. $H_0 : \rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- b. $H_a : \rho > 0$ artinya terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 17,0 dan dibantu dengan *software Microsoft Excel*.

3.8.1 Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual.

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

sumber : Sugiyono (2007:230)

Keterangan :

t = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Dengan kondisi, jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka berarti tidak signifikan.

3.8.2 Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Merumuskan hipotesis statistik :

$$F = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber : Sugiyono, (2007 : 235)

Keterangan :

F = Nilai simultan yang akan dicari

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = Jumlah sampel

r = Nilai koefisien korelasi ganda

Keputusan uji :

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen