

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengangkat tentang kepuasan pelanggan di Glosis Grill & Bar Cafe Bandung. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang menggunakan jasa Glosis Grill & Bar Cafe Bandung sebagai penyedia makanan dan minuman yang terletak di Jalan Hegarmanah No. 35 Bandung.

3.2 Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:1) “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”. Berdasarkan identifikasi masalah dan tujuan penelitian, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian menggunakan metode deskriptif analitik yang melihat dua variabel atau lebih dan pengaruhnya. Metode ini menekankan pada studi untuk memperoleh informasi mengenai status atau gejala sosial pada saat penelitian dilakukan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009: 72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik sampelnya”.

Adapun populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau pelanggan Glosis Grill & Bar Cafe Bandung yang perbulannya kurang lebih mencapai 1000 orang.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:56), “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”. Teknik sampling menurut Sugiyono (2009:81) merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Masih menurut Sugiyono, pada dasarnya teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:66), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Berdasarkan pengertian di atas peneliti menggunakan teknik sampling jenis *Sampling Insidental*. Menurut Sugiyono (2009:85). *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dikarenakan sampel yang gunakan peneliti adalah konsumen Glosis Grill & Bar Cafe Bandung, dimana sampel tersebut dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan

teknik sampling jenis sampling *insidental* dimana responden yang akan diteliti adalah responden yang secara kebetulan bertemu dan mempunyai potensi dan cocok untuk dijadikan sampel.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini untuk tahun terakhir menurut laporan tahun 2011 yang berdasarkan pada jumlah banyaknya pengunjung Glosis Grill & Bar Bandung untuk rata-rata perbulan sebanyak 1038 orang. Menurut Moh. Nazir (1998:346) karena populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 orang, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel keseluruhan

N = Ukuran populasi keseluruhan

e = Resiko kekeliruan yang mungkin terjadi (10%)

$$n = \frac{1038}{1 + 1038(0,1^2)}$$

$$= \frac{1038}{10,3} = 100$$

Jadi sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian adalah meliputi kualitas produk yang terdiri dari *performance, feature, reliability, etestika, perceived quality*. Kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, responsiveness, reability, assurance*, dan

emphaty dan kepuasan pelanggan. Untuk lebih lengkap dijabarkan dalam operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Subvariabel	Konsep Teoritis	Konsep empiris	Konsep Analitis	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kecocokan kegunaan produk (<i>fitness for use</i>) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Juran (V. Daniel Hunt, 1993:32) dalam Dr. M.N Nasution (2001:15)		Skor skala perbedaan semantik 5 poin	Interval
Performance	Karakteristik fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk. Garvin(1987) dalam Fandy Tjiptono (2007:130)	Kesegaran makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Kebersihan makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Kelezatan makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Porsi yang diberikan oleh Glosis Grill & Bar Bandung	Tingkat kesegaran bahan baku dari makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Tingkat kebersihan makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Tingkat Kelezatan makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Tingkat kesesuaian porsi yang diharapkan oleh konsumen dengan porsi yang disajikan	Interval
Feature	Keistimewaan dari produk yang dijual, performansi yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan Pilihan dan	Cara penyajian terhadap makanan dan minuman yang dijual di Glosis Grill & Bar Bandung	Tingkat Kemenarikan Penyajian dari makanan dan minuman yang dijual di Glosis Grill & Bar Bandung	Interval

	pengembangannya. Garvin (1987) dalam Fandy Tjiptono (2007:130)	Kebersihan alat makan yang digunakan untuk penyajian.	Tingkat kebersihan alat makan yang digunakan untuk penyajian makanan dan minuman.	
Realibility	Kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam kondisi tertentu. Garvin (1987) dalam Fandy Tjiptono (2007:130)	Kemungkinan makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung tidak layak untuk dimakan.	Tingkat kemungkinan makanan dan minuman yang disajikan tidak matang saat disajikan.	Interval
Estetika	Karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi. Daya tarik produk terhadap panca indera. Garvin (1987) dalam Fandy Tjiptono (2007:131)	Tampilan warna makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Aroma dari makanan dan minuman yang disajikan di Glosis Grill & Bar Bandung Bentuk atau potongan makanan sesuai dengan jenis makanan yang dijual.	Tingkat tampilan warna dari makanan dan minuman yang dijual Glosis Grill & Bar Bandung dapat menggugah selera. Tingkat aroma dari makanan dan minuman yang disajikan yang dapat menggugah selera. Tingkat kesesuaian bentuk atau potongan makanan dengan makanan yang dijual	Interval
Kualitas pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Zeithaml <i>et. al</i> (1990:19)		Skor skala perbedaan semantik 5 poin	Interval
Tangible	Berbentuk fasilitas fisik, peralatan, personalia dan bahan-bahan komunikasi, yang dapat memberikan	Karyawan Glosis Grill & Bar Bandung yang berpenampilan rapi dan profesional.	Tingkat kerapihan pakaian, penampilan dan profesionalisme karyawan dalam menghadapi pengunjung. Tingkat kebersihan penampilan	

	bayangan kepada konsumen atas jasa yang akan diterimanya. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Fandy Tjiptono (2007:133)		karyawan Glosis Grill & Bar Bandung	
		Kesesuaian tata ruangan, desain interior dan eksterior Glosis Grill & Bar Bandung Kebersihan dan Kenyamanan Glosis Grill & Bar Bandung Halaman parkir yang disediakan oleh Glosis Grill & Bar Bandung.	Tingkat kesesuaian tata ruangan, Furniture restoran dan desain eksterior bangunan dengan produk dan pelayanan yang ditawarkan. Tingkat kebersihan meja makan dan kursi serta ruangan Glosis Grill & Bar Bandung Tingkat keluasan lahan parkir yang disediakan oleh Glosis Grill & Bar Bandung.	
Realibility	Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Fandy Tjiptono (2007:133)	Ketepatan waktu selama proses pelayanan pesanan. Kemampuan karyawan Glosis Grill & Bar Bandung dalam menangani keluhan pelanggan.	Tingkat ketepatan waktu selama proses pelayanan pesanan (5 menit, 10 menit atau lebih). Tingkat kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan.	Interval
Assurance	Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan	Karyawan Glosis Grill & Bar Bandung yang secara konsisten bersikap ramah.	Tingkat perilaku karyawan yang bersikap ramah dalam melayani pengunjung sejak awal kedatangan.	Interval

	perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Fandy Tjiptono (2007:134)			
Emphaty	Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Fandy Tjiptono (2007:134)	Karyawan Glosis Grill & Bar Bandung memberikan perhatian kepada para pelanggan. Karyawan Glosis Grill & Bar Bandung memahami kebutuhan pelanggan.	Tingkat perhatian yang diberikan karyawan Glosis Grill & Bar Bandung kepada pelanggan secara personal dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Tingkat pemahaman karyawan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.	Interval
Responsiveness	Daya tangkap yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Fandy Tjiptono (2007:134)	Kesigapan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan. Pelayanan yang cepat dan segera bagi pelanggan.	Tingkat kesigapan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan. Tingkat kecepatanstafdlmm ellayani	Interval
Kepuasan Pelanggan (Y)	Suatu perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang merupakan hasil dari perbandingan antara hasil yang diharapkan atas suatu produk/jasa (atau hasil) dengan kenyataan yang diterima. Philip Kotler (2000:61)	Kepuasan pelangganGlosis Grill & Bar Bandung terhadap produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan	Tingkat kepuasan pelanggan Glosis Grill & Bar Bandung terhadap produk yang dijual. Tingkat kepuasan pelanggan Glosis Grill & Bar Bandung terhadap pelayanan yang diberikan. Tingkat kesesuaian harga yang ditawarkan dengan produk dan pelayanannya.	Interval

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

a. Observasi Lapangan

Teknik ini dimaksudkan untuk mendapatkan data primer dengan cara melakukan pengamatan dari sumber data (responden) secara langsung di lapangan.

b. Wawancara

Adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden yang dimaksud yaitu konsumen yang datang dan pihak manajemen perusahaan yang bersangkutan.

c. Angket

Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selebaran kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut di kumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang *real*.

d. Studi Pustaka

Adalah studi atau teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh atau mengumpulkan data dari buku-buku, laporan, majalah, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul sebelum digunakan di dalam analisis data harus diolah terlebih dahulu, adapun teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seleksi data, yaitu untuk melihat atau memeriksa kesempurnaan, kejelasan dan benar atau tidaknya cara pengisian angket oleh responden.
2. Tabulasi data, yaitu suatu proses merubah data mentah dari responden menjadi data yang bermakna. Data yang telah dikelompokkan kemudian dimasukkan ke dalam tabel-tabel untuk dihitung berdasarkan aspek-aspek yang dijadikan variabel penelitian untuk memudahkan dalam menganalisis data.
3. Menghitung ukuran-ukuran karakteristik berdasarkan variabel-variabel penelitian.
4. Menganalisis data berdasarkan metode statistik yang telah dirancang.
5. Melakukan pengujian hipotesis yang telah digunakan dalam penelitian ini.
6. Membuat laporan penelitian.
7. Menarik kesimpulan dan saran.

3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2009:348) berarti instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) data itu valid.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauhmana kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Menurut Suharsimi Arikunto, (1993: 225) dalam Sambas Ali Muhidin (2007:31), yaitu:

Untuk menghitung korelasi antara pernyataan kesatu dengan skor total instrumen tersebut maka penghitungannya menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dari Karl Person.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad \text{Sugiono (2007: 31)}$$

Dimana:

- r = Koefisien item vliditas yang dicari
- n = Banyaknya responden
- 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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

- a. Jika nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan (\geq) nilai r_{tabel} , maka item instrument dinyatakan valid.

- b. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil ($<$) dari nilai r_{tabel} , maka item instrument dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:348) reliabilitas menunjukkan keakuratan suatu alat ukur. Instrumen yang realibel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor 1-5 menggunakan rumus *cronbach alpha* yaitu:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum S_t^2}{S_t^2} \right)$$

(Sugiyono, 2009:365)

Keterangan:

- r_1 = reliabilitas instrument
 K = mean kuadrat antara subyek
 S_t^2 = mean kuadrat kesalahan
 $\sum S_t^2$ = jumlah varian butir

Rumus untuk varians total dan varians item, seperti berikut ini:

$$S_t^2 = \frac{\sum X^2}{n} - \frac{(\sum X)^2}{n^2}$$

(Sugiyono, 2009:365)

$$S_i^2 = \frac{Jki}{n} - \frac{Jks}{n^2}$$

Dimana:

- Jki = Jumlah kuadrat seluruh skor item
 Jks = Jumlah kuadrat subyek

Setelah instrument dikatakan valid dan reliabel maka instrument tersebut dapat dipakai untuk mengumpulkan data.

3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta menjawab rumusan masalah yang diajukan. Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis menggunakan analisis regresi korelasi yang mempersyaratkan jenis data yang dapat diuji oleh regresi korelasi harus memiliki data interval atau rasio. Teknik regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Menurut Sugiyono (2009:275), Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai).

Adapun hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Glosis Grill & Bar Cafe Bandung. Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

3.8.1 Teknik analisis Data

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sugiyono, 2009:275)

Dimana:

- \hat{Y} = Kepuasan Pelanggan
 X_1 = Kualitas Produk
 X_2 = Kualitas Pelayanan
 a = Konstanta
 b_1, b_2 = Koefisien Regresi

Untuk menghitung harga a, b_1, b_2 dapat menggunakan persamaan berikut:

$$\begin{aligned} \Sigma Y &= an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2 \\ \Sigma X_1 Y &= a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1^2 + b_2 \Sigma X_1 X_2 \quad (\text{Sugiyono, 2009:278}) \\ \Sigma X_2 Y &= a \Sigma X_2 + b_1 \Sigma X_1 X_2 + b_2 \Sigma X_2^2 \end{aligned}$$

Setelah harga a, b_1, b_2 diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus:

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2009:233})$$

Dimana:

- $R_{y.x_1x_2}$ = Korelasi antara Variabel X_1 dengan Variabel X_2 secara bersama-sama dengan Variabel Y
 r_{yx_1} = Korelasi Produk Moment antara X_1 dengan Y
 r_{yx_2} = Korelasi Produk Moment antara X_2 dengan Y
 $r_{x_1x_2}$ = Korelasi Produk Moment antara X_1 dengan X_2

Dari data di atas rumus yang paling sederhana untuk menghitung korelasi produk moment yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY}{\sqrt{\Sigma X^2 Y^2}}$$

(Sugiyono, 2009:228)

Dimana:

r_{xy} = Korelasi antar variabel X dengan Y

$X = (x_1 - \bar{x})$

$Y = (y_1 - \bar{y})$

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap korelasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} dulu kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} , dimana untuk mencari F_{hitung} dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2}{k} \frac{1 - R^2}{n} (n - k - 1)$$

(Sugiyono, 2009:235)

Dimana:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel Independen

n = Jumlah anggota sampel

Menurut Sugiyono (2009:231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Klasifikasi
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: Sugiyono (2009: 231)

3.8.2 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara statistik adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta = 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

$H_a: \beta > 0$ artinya ada pengaruh positif antara variabel X terhadap variabel Y.

$H_a: \beta < 0$ artinya ada pengaruh negatif antara variabel X terhadap variabel Y.

3.8.2.1 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (uji F)

Hipotesis di uji dengan uji F_{hitung} dengan rumus:

$$Uji F = \frac{\frac{R^2}{n} k}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

(Sugiyono, 2009:235)

Untuk menerima atau menolak hipotesis. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan menolak H_0 jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikansi 95%.

3.8.2.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)

Untuk uji parsial, dilakukan uji t statistik dengan rumus:

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

(Sugiyono, 2009:230)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas (X_1 dan

X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikan 95% adalah:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

3.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Rumus Uji Determinasi:

$$R^2 = \frac{b_1 X_1 y + b_2 X_2 y}{y_2}$$

(Sudjana, 1996:368)

Koefisien Determinasi (uji R^2) merupakan proporsi atau persentase 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. Besar nilai R^2 diantara nol dan satu maka ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai R^2 -nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan terikat semakin dekat pula.
- b. Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat tidak mendekati.