

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Metode Penelitian**

Metode Penelitian ini menggunakan tipe explanatory research atau tipe penelitian penjelasan yaitu penelitian yang berusaha untuk menjelaskan serta menyoroti hubungan antara variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian serta menjelaskan pengaruh variabel terikat, diamping itu kesimpulannya. (Sugiyono,2015:7). Populasi penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa PT. Karya Global Utama yang sudah menggunakan jasa *event organizer* minimal 1 kali.

### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. Karya Global Utama yang beralamatkan di Jalan Atang Senjaya, No. 25, RT.01/RW.01 Desa Bantarjaya, Kec. Ranca Bungur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16310. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai bulan Agustus 2022 sampai dengan selesai.

### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi Sampel penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan okeh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2015:50). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa PT. Karya Global Utama yang sudah

menggunakan jasa *event organizer* minimal 2 kali. Berikut adalah daftar klien PT. Karya Global Utama:

**Tabel 5**  
**Daftar Klien 2018-2022**

	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
Swasta	10	9	5	10	14
BUMN	7	8	8	7	13
Pemerintah	11	11	7	9	3

Sumber: PT. Karya Global Utama

Sampel adalah bagian dari sub kelompok dari populasi yang ditetapkan guna digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2015:51). Jika terdapat populasi yang cukup besar dalam penelitian, maka peneliti tidak mengambil semua hanya beberapa yang bisa mewakili populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini ditunjukkan kepada pelanggan jasa *event organizer* di PT. Karya Global Utama berdasarkan data selama 5 tahun. Maka peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. Berikut rumus *Slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

Dengan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Kesalahan Pengambilan Sampel yang ditetapkan sebesar 5%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{133}{1 + 133(0.05)^2} = 99,81238 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Dari hasil diatas 99,81 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2015:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pun pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab oleh mereka (Sugiyono, 2015 : 142).

Data Kuantitatif Yaitu data yang angka atau data kualitatif yang angkatan (*scoring*). Sumber data dalam penelitian ini berupa :

Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data *primer*. Data *primer* merupakan sumber pertama dimana sebuah data diperoleh dari sumber asli (Muhamad, 2013 : 103). Data pada penelitian ini didapat dari kuesioner yang disebarakan langsung kepada responden.

Untuk mendapatkan data dalam penelitian, penelitian mengadakan wawancara, observasi dan menyebarkan kuesioner terhadap pelanggan PT. Karya Global Utama.

##### **1. Kuesioner**

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk menjawab.

## 2. Studi Keputusan

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian guna memperoleh gambaran teoritis mengenai konsep variabel penelitian

### E. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) menjelaskan bahwa “variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu bentuk yang akan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti memperoleh informasi dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya”. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel *independent* (X) dan variabel *dependen* (Y) yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independen*), yaitu variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (*dependen*).

Variabel bebas pada penelitian ini adalah :

- a. *Event Marketing*

Menurut Belch (2018:112), *event marketing* adalah jenis promosi dimana perusahaan atau merek dikaitkan dengan suatu acara atau kegiatan yang memiliki tema untuk tujuan menciptakan pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan produk atau jasa.

- b. Harga

Harga dapat diartikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau dapat diartikan secara

luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakan. (Kotler dan Amstrong, 2016:345).

2. Variabel Terikat (*dependen*), yaitu variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat dari variabel bebas. Variabel terikat (*dependen*) pada penelitian ini adalah :

a. Kepuasan Pelanggan

Kotler dalam Handoko (2014:181), kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan.

#### F. Operasional Variabel

Operasional variabel pada penelitian ini didasarkan pada beberapa referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut. Oleh karena itu, peneliti mendeskripsikan operasional variabel sebagai berikut :

**Tabel 6**  
**Operasional Variabel**

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>1</b>	<i>Event Markeing</i> (X1)	Menurut Belch (2018), <i>event marketing</i> adalah jenis promosi dimana	1. <i>Enterprise</i> 2. <i>Entertainment</i> 3. <i>Exitment</i>	Skala <i>Likert</i>

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		perusahaan atau merek dikaitkan dengan suatu acara atau kegiatan yang memiliki tema untuk tujuan menciptakan pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan produk atau jasa.		
2	Harga (X2)	Menurut Kotler dan Amstrong (2016:345), Harga dapat diartikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk . Atau dapat diartikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Harga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Handoko (2014:181) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan jasa secara menyeluruh</li> <li>2. Merekomendasikan kepada pihak lain</li> <li>3. Akan menggunakan jasa kembali</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

## G. Metode Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Ahyar et al (2020:198) mengemukakan bahwa “validitas adalah derajat ketepatan antara data yang real atau yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”.

Dengan demikian uji validitas ialah uji yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui validnya suatu data/kuesioner. Rumus yang digunakan dalam uji validitas ialah rumus *product moment* dari Pearson yaitu sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber (Ayunita, 2018)

Keterangan:

$R_{xy}$  : koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N : jumlah subyek/responden

$\sum X$  : jumlah skor butir

$\sum Y$  : jumlah skor total

$\sum X^2$  : jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$  : jumlah skor total kuadrat butir soal

Dengan demikian, uji validitas dinyatakan valid jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Sebaliknya jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel maka tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu alat ukur untuk mengukur reliabilitas suatu indikator.

Menurut Echo Perdana K (2016:40) menyimpulkan bahwa uji reliabilitas merupakan alat untuk menguji atau mengukur kepercayaan instrument kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik pengukuran *cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_i = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \sum \frac{s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Sumber: (Prof.Dr.Sugiyono, 2015)

Keterangan :

$r_i$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Jumlah butir pernyataan

$\sum s_i^2$  : Jumlah varian butir

$s_t^2$  : Varian totale

Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Cronbach alpha* > 0,6 maka pengamatan dinyatakan reliabel.
2. *Cronbach alpha* < 0,6 maka pengamatan dinyatakan tidak reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo (2016:107) menyatakan bahwa “uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis pada model regresi”.

Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)*.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa sebuah sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

Menurut Sugiyono (2015:271) “uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dulu akan dilakukan pengujian normalitas data”.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Rumus *Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut :

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Sumber : (Sugiyono, 2015)

Keterangan :

KD: Jumlah *Kolmogorov-Smirnov Test* yang dicari

$n_1$  : Jumlah sampel yang diperoleh

$n_2$  : Jumlah sampel yang diharapkan

- 1) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:105) “Uji multikolinieritas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variable bebas (*independen*)”. Uji multikolinieritas dapat diuji dengan melihat *tolerance* dan *variance inflacion factor (VIF)*. Adapun nilai *VIF* dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2j}$$

Keterangan :

VIF = Angka Variance Inflation Factor (VIF).

$j$  = Jumlah sampel 1,2, ... k

$R^2_j$  = Koefisien determinasi variabel bebas ke- j dengan variabel lain.

- 1) Jika nilai *Variance inflation factor* disekitar angka  $< 10$ , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Variance inflation factor* disekitar angka  $> 10$ , maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas.
- 3) Jika nilai *Tolerance*  $> 0.10$ , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 4) Jika nilai *Tolerance*  $< 0.10$ , maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas.

**c. Uji Heterokedasitas**

Menurut Echo Perdana K (2016:49) menyimpulkan bahwa “Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya”. Model regresi dikatakan baik jika terdapat homokedastisitas atau varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan gambar *scatterplot*, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* atau pola grafik dengan kriteria sebagai berikut :

Sumbu Y =  $\hat{Y}$  yang telah diprediksi

Sumbu X = Residual ( $Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$ )

Uji heterokedastisitas dapat dilihat dengan cara *scatterplot* atau pola grafik dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika terdapat pola tertentu, misalkan sebuah titik yang ada membentuk sebuah pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik yang ada menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

#### **H. Analisis Deskriptif Statistik**

Menurut Sugiyono dalam Purnomo (2016:37) menyimpulkan bahwa analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Jadi dapat dijelaskan bahwa statistik deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistika deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan. Dengan kata lain analisis deskriptif statistik berfungsi untuk menjelaskan keadaan, gejala maupun persoalan. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

Berikut cara perhitungan yang digunakan untuk menentukan kategori tiap indikator:

$$\begin{aligned} RS &= \frac{\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{Skala}} \\ &= \frac{5-4}{5} \\ &= \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Dengan demikian rentang skala untuk kategori jawaban sebesar 0,8 dan rumus untuk mencari rata-rata tiap indikator adalah sebagai berikut :

$$M = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan : M = Rata-rata

$\sum x$  = Jumlah tiap data

N = Banyak sampel

Kemudian hasil penelitian jawaban responden dikategorikan menjadi 5 kategori dengan skala jawaban sebagai berikut :

- a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat tidak baik
- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak baik
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang baik
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat baik

## I. Analisis Korelasi

Menurut Purnomo (2016:137) menyatakan bahwa analisis korelasi sederhana adalah hubungan antara dua variabel. Dalam perhitungan korelasi akan di dapat koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan antar dua variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai 1 atau 0 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 maka hubungan semakin erat, jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Menurut Sugiyono, (2015:191) rumus korelasi ganda dengan dua variabel bebas dan satu variabel terikat adalah sebagai berikut:

$$R_{y.x_1.x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Dimana :

$R_{yx_1x_2}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y.

$R_{ryx_1}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dengan Y.

$R_{ryx_2}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_2$  dengan Y.

$R_{rx_1x_2}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dengan  $X_2$ .

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara harga dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada *event organizer* PT. Karya Global Utama, maka penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 7**  
**Interprestasi Koefisiensi Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah

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

Sumber: Purnomo (2016:137)

## J. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Purnomo (2016:161) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel *independen* dengan satu variabel *dependen*..

Variabel *independen* yang digunakan yaitu harga ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_2$ ). Sedangkan variabel *dependennya* yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ). Untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*, apakah masing-masing variabel *independen* berpengaruh positif dan apakah nilai variabel *independen* akan naik atau turun. Uji ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

Sumber : Purnomo (2016)

Keterangan :

$Y$  : Nilai dari variabel Keppuasan Pelanggan

$\alpha$  : Koefisien konstanta

$X_1$  : Nilai dari variabel *Event Marketing*

$X_2$  : Nilai dari variabel Harga

$e$  : *error* (faktor pengganggu atau residu)

## K. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:64) menyatakan bahwa hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian atau statistic.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan di *event organizer* PT. Karya Global Utama. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan asumsi sebagai berikut :

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Citrawati Jatiningrum (2021:58) menyatakan bahwa uji parsial pada dasarnya menunjuk seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variabel *dependen*".

Uji parsial digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (*independen*) yaitu *event marketing* (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya (*dependen*) yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.

Menurut Sugiyono (2015:250) rumus untuk menguji signifikansi dari koefisien korelasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

t : Tingkat signifikan (t hitung) yang selanjutnya dibandingkan dengan  
t tabel

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Dalam pengambilan keputusan uji t (uji parsial) menggunakan SPSS dengan tingkat signifikan sebesar 5% yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, atau variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, atau variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Uji t dapat dilihat dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak ada pengaruh *event marketing* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *event marketing* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Tidak ada pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

**b) Uji Simultan (Uji F)**

Dinyatakan bahwa “Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable *dependen*”. (Mulyono, 2018:113). Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (*independen*) yaitu *event marketing* (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya (*dependen*) yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara simultan atau bersama-sama.

Menurut Sugiyono (2015:257) uji F didefinisikan dengan rumus sebagai berikut:

$$F_n = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/n - k - 1}$$

Keterangan :

$F_n$  : Nilai uji f

R : Koefisien korelasi berganda.

k : Jumlah variabel *independen*

n : Jumlah anggota sampel

Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan tarafsignifikan 5% (0,05):

- 1) Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai sig < 0,05, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya secara simultan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

- 2) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya secara simultan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

Uji F dapat dilihat dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  yaitu tidak ada pengaruh *event marketing* dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  yaitu terdapat pengaruh *event marketing* dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

#### L. Koefisien Determinasi

Dinyatakan bahwa “Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berguna untuk mengukur seberapa jauh model dalam menjelaskan variasi variabel *dependen*”. (Hatmawan, 2020:141). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0-1. Apabila nilai koefisien kecil, menjelaskan bahwa kemampuan-kemampuan variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 menunjukkan variabel *independen* memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen*.

Untuk menghitung nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi