

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:2-3), metode penelitian ialah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasil yang didapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengatasi masalah. Penelitian ialah cara ilmiah yang didasarkan oleh ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Data yang diperoleh merupakan data yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid, jika data yang diteliti valid maka data pasti reliabel dan objektif.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif data berbentuk angka atau data dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Dalam penelitian yang dilakukan metode digunakan yaitu metode asosiatif yang bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga penelitian tersebut ada variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2018:11).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten dan Kota Bogor, Jawa Barat. Untuk Kabupaten Bogor meliputi wilayah Kecamatan Megamendung, Kecamatan Cisarua, dan Kecamatan Ciawi. Sedangkan pada Kota Bogor meliputi wilayah Kecamatan Bogor Timur dan Kecamatan Bogor Selatan.

Penelitian tersebut terbagi ke beberapa Kecamatan agar dapat mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan pada jasa Hanum *Laundry* Bogor.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2023. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2018:221), operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut lalu dapat ditarik kesimpulannya.

Tabel 3
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item-item indikator	kode	Pengukuran
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) jasa yang di perkirakan terhadap kinerja.	Y1 Kesesuaian Harapan	Y1.1 Pakaian bersih sesuai dengan harapan	KP 1	Skala <i>Likert</i>
			Y1.2 Respon cepat karyawan sesuai dengan harapan	KP 2	
			Y1.3 Wangi parfum sesuai dengan harapan	KP 3	
		Y2 Kesiadaan untuk Merekomendasi	Y2.1 Bersedia merekomendasi	KP 4	
			Y2.2 Bersedia	KP 5	

			memberikan informasi positif		
		Y3 Minat Datang Kembali	Y3.1 Rencana datang kembali	KP 6	
			Y3.2 Merasa puas dan akan kembali berkunjung	KP 7	
Kualitas Pelayanan (X1)	kualitas pelayanan atau kualitas jasa merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan.	X1.1 Bukti Fisik	X1.1.1 Karyawan benampilan rapih dan sopan.	KL 1	Skala <i>Likert</i>
			X1.1.2 <i>Outlet</i> tertata rapi dan bersih.	KL 2	
		X1.2 Keandalan	X1.2.1 Pelayanan yang dapat diandalkan	KL 3	
			X1.2.2 Pelayanan yang informatif	KL 4	
		X1.3 Daya Tanggap	X1.3.1 Cepat tanggap dalam melayani keluhan	KL 5	
			X1.3.2 Selalu memberikan bantuan ketika dibutuhkan	KL 6	
		X1.4 Jaminan	X1.4.1 Mampu berkomunikasi dengan baik	KL 7	
			X1.4.2 Keluhan diatasi dengan baik	KL 8	
			X1.4.3 Tepat waktu dalam melayani	KL 9	
		X1.5 Empati	X1.5.1 Pelayanan yang baik dan ramah	KL 10	
			X1.5.2 Melayani tanpa membedakan	KL 11	
Promosi (X2)	Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.	X2.1 Periklanan	X2.1.1 Iklan yang menarik.	PR 1	Skala <i>Likert</i>
			X2.1.2 Iklan menampilkan jasa <i>laundry</i> yang jelas.	PR 2	
			X2.1.3 Iklan mudah dipahami.	PR 3	
		X2.2 Promosi Penjualan	X2.2.1 Memberikan	PR 4	

			potongan harga atau <i>discount</i> .		
			X2.2.2 Pesan promosi yang disampaikan jelas.	PR 5	
			X2.2.3 Promosi yang menarik perhatian.	PR 6	
		X2.3 Penjualan Langsung	X2.3.1 Karyawan sangat informatif.	PR 7	
			X2.3.2 Karyawan menawarkan jasa antar jemput.	PR 8	
			X2.3.3 Karyawan memberikan brosur kepada banyak orang.	PR 9	
Harga (X3)	Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.	X3.1 Harga Bersaing	X3.1.1 Harga dapat bersaing dengan pesaing.	HG 1	Skala <i>Likert</i>
			X3.1.2 Harga lebih ekonomis dibanding pesaing.	HG 2	
		X3.2 Harga Terjangkau	X3.2.1 Harga dapat dijangkau semua kalangan.	HG 3	
			X3.2.2 Harga sesuai dengan harapan.	HG 4	
		X3.3 Harga sesuai Kualitas	X3.3.1 Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan	HG 5	
			X3.3.2 Harga sesuai dengan kualitas yang diharapkan	HG 6	
			X3.3.3 Harga sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	HG 7	
Lokasi (X4)	Lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia untuk pasar	X4.1 Akses	X4.1.1 Lokasi untuk ke <i>outlet</i> dapat menggunakan transportasi umum.	LK 1	Skala <i>Likert</i>
			X4.1.2 Jalan	LK	

sasaran.		menuju <i>outlet</i> luas.	2
		X4.1.3 Jalan menuju <i>outlet</i> lancar (bebas dari kemacetan).	LK 3
		X4.2 Lokasi yang Strategis	X4.2.1 <i>Outlet</i> dapat terlihat jelas dari jalan raya.
		X4.2.2 <i>Outlet</i> memiliki tanda (<i>banner</i> atau spanduk).	LK 5
		X4.2.3 <i>Outlet</i> berada di daerah keramaian.	LK 6
	X4.3 Fasilitas Parkir	X4.3.1 Mempunyai lahan parkir yang luas	LK 7
		X4.3.2 Area parkir berada di lokasi yang aman.	LK 8
		X4.3.3 Area parkir berada di lokasi yang nyaman.	LK 9

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2018:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan Hanum *Laundry* Bogor.

2. Sampel

Sampel pada suatu penelitian dapat digunakan untuk melihat gambaran dari suatu populasi. Menurut Sugiyono (2017:81), sampel

adalah jumlah dan karakteristik yang merupakan bagian dari suatu populasi. Jika populasinya besar, dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini, meliputi sampling sistematis, kuota, aksedental, *purposive*, jenuh, dan *snowball* menurut Sugiyono (2017 : 84).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel *purposive*. Menurut Sugiyono (2017:85), sampel *purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau syarat tertentu, pada penelitian ini penulis memiliki kriteria pelanggan sudah menggunakan jasa minimal 1 kali di Hanum *Laundry* Bogor. Pada penelitian ini perhitungan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*, yang dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Sumber: Lemeshow dalam Swarjana (2022:30)

Keterangan:

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai tabel Z

P = proporsi (berdasarkan studi sebelumnya atau dapat juga dengan melakukan pilot study). Jika p tidak diketahui, umumnya digunakan $p = 50\%$ atau 0,5.

d^2 = presisi

Dalam penelitian ini menggunakan proporsi sebesar 50% dan presisi sebesar 5%, maka perhitungan dalam penentuan sampel sebagai berikut.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,05 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$n = 384.16$ dibulatkan menjadi 385 sampel

Dengan demikian, sampel yang diteliti sebesar 384.16, tetapi untuk memudahkan peneliti maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 385 responden.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung langsung, dalam bentuk informasi atau penjelasan dinyatakan sebagai bilangan atau berbentuk angka. Dengan kata lain data Kuantitatif adalah

informasi kualitatif yang diubah menjadi angka. Dalam hal ini data kuantitatif berupa jumlah pelanggan, dan hasil angket. Sumber data dalam penelitian ini berupa:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk mendapatkan data dalam penelitian tersebut peneliti menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Hanum *Laundry* Bogor.

Menurut Sugiyono (2018:142) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Responden dalam penelitian ini pelanggan Hanum *Laundry* Bogor. Skala yang sering digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala *likert* yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Menurut Sugiyono (2018:93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial. Skala likert dengan menggunakan lima alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang tepat. Skala likert dikatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari setuju, dan setuju “lebih tinggi” dari “ragu-ragu atau netral”.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi, analisis industri oleh media, situs web, internet dan data lainnya yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.

Studi Kepustakaan, merupakan segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

F. Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner yang digunakan bersifat langsung dan tertutup, yaitu kuesioner

diberikan langsung kepada responden dan kuesioner telah disediakan pilihan jawaban, sehingga responden bisa langsung memilih jawaban yang sudah disediakan.

Kuesioner dibuat dengan jawaban kategori *multiple choice* dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018:168), skala likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dimana setiap pernyataan dibagi menjadi skala ukuran, yaitu:

Tabel 4
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018:168)

Setelah mengetahui ketentuan tersebut, maka selanjutnya dilakukan perhitungan statistik terhadap butir-butir pernyataan dalam instrumen dengan skala interval 1-5, sehingga dapat diketahui bobot nilainya. Skala interval diperoleh antara kriteria dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Alternatif Jawaban}}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Tabel 5
Skala Interval Pengukuran Skor

Nilai	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Normal
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2018:169)

G. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai sesuatu yang menjadi objek dalam penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam peristiwa yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2018:38) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apapun yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

1. Variabel Independen (bebas)

Menurut Sugiyono (2018:68) variabel independen/variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan (*service quality*) X1, Promosi (*promotion*) X2, Harga (*price*) X3, Tempat (*place*) X4.

2. Variabel Dependen (terikat)

Menurut Sugiyono (2018:68) variabel dependen/variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen/terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Jika pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Pengujian menggunakan perangkat komputer SPSS 26, dalam mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut.

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

Sumber: Riduwan dan Akdon (2015 : 124)

Keterangan:

r_{XY} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Subjek atau Responden

$\sum X$ = Skor Butir

$\sum Y$ = Skor Total

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat Nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Nilai Y

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dapat dikatakan valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner tidak dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Basuki, A 2015:73). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Sumber: Sugiyono (2022:132)

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

$\sigma 1^2$ = Varian total

Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka standar instrumen penelitian dengan menggunakan teknik ini dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah analisis statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Adapun rumus uji normalitas adalah sebagai berikut:

$$KD = 1.36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Sumber: Sugiyono (2013:257)

Keterangan :

KD = Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n_1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = Jumlah sampel yang diharapkan

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut.

- 1) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Duli, N 2019:120).

Untuk mengetahui lebih lanjut keberadaan multikolinieritas, dapat diuji dengan koefisien korelasi pearson dengan formula sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2022:183)

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah sampel
- X = Variabel independen
- Y = Variabel dependen

Dengan memanfaatkan fasilitas pengujian yang disediakan oleh *software* SPSS, juga akan digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang merupakan kebalikan dan *tolerance* sehingga formulanya adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)} = \frac{1}{Tolerance}$$

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- 1) Melihat nilai *tolerance*
 - a) Jika nilai *tolerance* > 0.10, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
 - b) Jika nilai *tolerance* < 0.10, maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- 2) Melihat nilai *variance inflation factor* (VIF)

- a) Jika nilai $VIF < 10$, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
 - b) Jika nilai $VIF > 10$, maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Duli, N 2019:122-123).

Cara memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola *scatterplot* model tersebut. Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
 - 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
 - 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan menyempit kembali.
 - 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- d. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak (Marzuki, A et al, 2020:106). Dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas adalah dengan melihat nilai signifikansi *Deviation from linearity*.

Uji linearitas dilakukan sebagai alat hitung untuk menghitung suatu konsentrasi yang diambil dari rumus sebagai berikut:

$$y = ax + b$$

Keterangan:

y = Nilai absorbansi sampel

a = Nilai *slope*

x = Konsentrasi sampel

b = Nilai intersep

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan, jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:112) statistik deskriptif memberikan deskripsi atau gambaran suatu data berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Teknik deskriptif merupakan analisis yang menunjukkan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini dikerjakan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 26.0* untuk *Windows*.

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y).

Menurut Sugiyono (2017:286) arah hubungan dapat dinyatakan sebagai positif atau negatif, sementara kekuatan hubungan dapat dinyatakan dalam nilai koefisien korelasi yang menunjukkan seberapa kuat atau lemah hubungan tersebut. Berikut ini merupakan rumus koefisien korelasi.

$$R_{X1.X2.X3.X4.Y} = \sqrt{\frac{r_{X1.r}^2 + r_{X2.r}^2 + r_{X3.r}^2 + r_{X4.r}^2 - 2(r_{X1.r})(r_{X2.r})(r_{X3.r})(r_{X4.r})(r_{X1.X2.X3.X4})}{1 - r_{X1.X2.X3.X4}^2}}$$

Sumber: Riduwan dan Akdon (2015 : 128)

Keterangan:

$R_{X1.X2.Y}$ = Korelasi antara variabel X1 dengan X2 secara bersama-sama dengan variabel Y.

r_{X1Y} = Korelasi *Product Moment* antara X1 dengan Y

r_{X2Y} = Korelasi *Product Moment* antara X2 dengan Y

r_{X3Y} = Korelasi *Product Moment* antara X3 dengan Y

r_{X4Y} = Korelasi *Product Moment* antara X4 dengan Y

$r_{X1X2X3X4}$ = Korelasi *Product Moment* antara X1, X2, X3, dan X4

Koefisien korelasi menunjukkan tingkat pengaruh variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).

Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r < +1$), menghasilkan beberapa kemungkinan yaitu:

- a. Apabila $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak terdapat korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.
- b. Apabila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antar variabel dikatakan positif.
- c. Apabila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar variabel dikatakan negatif.

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, promosi, harga, dan lokasi dengan kepuasan pelanggan di Hanum *Laundry* Bogor, penulis menggunakan tabel intepretasi koefisien korelasi sebagai berikut.

Tabel 6
Intepretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber: Riduwan dan Akdon (2015 : 124)

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini merupakan hubungan linear antara variabel independen kualitas pelayanan, promosi, harga, dan lokasi (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) dan variabel dependen kepuasan pelanggan (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. Analisis regresi berganda dapat dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua. Analisis data ini menggunakan program SPSS 26 dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- β_1 = Koefisien Kualitas Pelayanan
- β_2 = Koefisien Promosi
- β_3 = Koefisien Harga
- β_4 = Koefisien Lokasi
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- X_2 = Promosi
- X_3 = Harga
- X_4 = Lokasi
- ε = *Error Term*

6. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Statistik Secara Parsial (Uji t)

Ghozali (2013:98) menjelaskan bahwa uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Untuk melakukan uji t, tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) dihitung menggunakan rumus $df = n - K - 1$, kemudian nilai tabel t_{tabel} dibandingkan dengan nilai t_{hitung} yang dihitung.

Dengan membandingkan kedua nilai t tersebut, dapat ditentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Uji parsial (uji t) dilakukan sebagai alat hitung untuk menghitung suatu konsentrasi yang diambil dari rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2022:187)

Keterangan :

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak memiliki pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$;, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

2) $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak memiliki pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

$H_2 : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh promosi terhadapkepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

3) $H_0 : \beta_3 = 0$, artinya tidak memiliki pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

$H_3 : \beta_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

4) $H_0 : \beta_4 = 0$, artinya tidak memiliki pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

$H_4 : \beta_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

Dalam melakukan uji parsial (uji t), terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi < 0.05 . H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Hipotesis Statistik Secara Simultan (Uji F)

Ghozali (2013:98) menjelaskan bahwa penggunaan uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis, peneliti harus menghitung nilai F_{tabel} dan F_{hitung} dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%. Dalam hal ini, derajat kebebasan (df) dihitung dengan rumus $df = n - K - 1$.

Uji simultan (uji F) dilakukan sebagai alat hitung untuk menghitung suatu konsentrasi yang diambil dari rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2022:192)

Keterangan:

F = Nilai uji F

R^2 = Koefisien korelasi ganda dikuadratkan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X dengan Y)

Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan, promosi, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hanum *Laundry*.

2) $H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$ (ada pengaruh antara X dengan Y)

Ada pengaruh kualitas pelayanan, promosi, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam melakukan uji simultan (uji F), terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

1) $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi < 0.05 H_0 ditolak, artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

2) $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 H_0 diterima, artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97) menyatakan bahwa uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pada intinya, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menangani variasi variabel dependen.

Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 dan 1, dan semakin mendekati nilai 1, berarti variabel independen dapat memberikan informasi yang hampir seluruhnya dibutuhkan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen.

Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar, maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat), dan sebaliknya. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:320)

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi