

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk dapat memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016:2). Berdasarkan pengertian diatas, terdapat empat kata kunci yang harus dipahami yaitu: cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah adalah kegiatan penelitian yang didasarkan pada suatu ciri-ciri keilmuan yakni, rasional, empiris, dan sistematis. Rasional adalah kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal. Empiris adalah cara-cara yang dapat dilakukan dengan mengamati melalui indera manusia. Sistematis adalah suatu proses yang digunakan dalam suatu penelitian dengan menggunakan langkah-langkah tertentu yang logis. Data yang diperoleh adalah data yang memiliki kriteria tertentu yaitu valid, jika data yang diteliti valid maka data pasti reliabel dan objektif.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena memiliki hipotesis dan pengujian. Data penelitian yang digunakan berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik, agar dapat memperoleh hasil yang signifikan secara parsial dari variable yang diteliti. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Resto Gurame Cobek Mang Dayat yang meliputi wilayah Kota Bogor. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2023 sampai selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pada sebuah penelitian, populasi adalah objek keseluruhan didalam sebuah penelitian atau jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakternya akan diteliti. Menurut Sugiyono (2016:80) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Resto Gurame Cobek Mang Dayat di Kota Bogor.

2. Sampel

Sampel didalam suatu penelitian merupakan sebagian dari jumlah populasi atau objek penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2016:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada di dalam populasi misalnya karena adanya keterbatasan tenaga,

waktu, dan biaya, peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *accidental sampling* atau *sampling incidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Di dalam penelitian ini perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow, yang dimana rumus tersebut menggunakan standar tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Sumber: Lemeshow dalam Swarjana (2022:30)

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dibutuhkan

Z = nilai tabel Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Proporsi (berdasarkan studi sebelumnya atau dapat juga dengan melakukan pilot study). Jika nilai P tersebut tidak diketahui, umumnya digunakan P = 50% atau 0,5)

Q = 1 – P

L = sampling error (10% atau 0,1)

Dalam penelitian ini menggunakan proporsi sebesar 50% dan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka perhitungan dalam penentuan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 sampel

Dengan demikian sampel yang diteliti sebesar 96,04 dibulatkan keatas menjadi 97 responden, tetapi untuk memudahkan peneliti maka jumlah sampel menjadi 100 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah semua nilai atau sifat dari objek atau kegiatan yang memiliki ragam tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah dan selanjutnya ditarik kesimpulannya dari sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu, harga, promosi, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y).

1. Harga (X_1)

Menurut Indrasari (2019:36) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh

pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa serta pelayanannya.

2. Promosi (X₂)

Menurut Rinnanik et al., (2021:100) promosi adalah kegiatan yang dirancang khusus untuk memberi informasi kepada konsumen tentang produk dan jasa agar dapat dikenali dan membujuk konsumen agar membeli produk dan jasa yang diberikan.

3. Kualitas Pelayanan (X₃)

Menurut Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan merupakan pemenuhan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk dapat mengimbangi harapan konsumen.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Simanihuruk et al., (2023:50) kepuasan konsumen adalah suatu sikap, penilaian, dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah melakukan pembelian.

E. Operasional Variabel

Untuk lebih memperjelas variabel operasional, peneliti akan mendeskripsikannya sebagai berikut.

Tabel 6
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Harga (X_1)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa serta pelayanannya (Indrasari, 2019:36).	1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat (Prilano et al., 2020:3)	Skala Likert
Promosi (X_2)	Promosi adalah kegiatan yang dirancang khusus untuk memberi informasi kepada konsumen tentang produk dan jasa agar dapat dikenali dan membujuk konsumen agar membeli produk dan jasa yang diberikan (Rinnanik et al., 2021:100)	1) Periklanan 2) Promosi penjualan 3) Hubungan masyarakat (Maryati & Khoiri, 2022:544-545)	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X_3)	Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk dapat mengimbangi harapan konsumen (Indrasari, 2019:61).	1) Bukti fisik (tangible) 2) Empati (empathy) 3) Keandalan (reliability) 4) Daya tanggap (responsiveness) 5) Jaminan (assurance) (Afrilliana, 2020:50)	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah suatu sikap, penilaian, dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah melakukan pembelian (Simanihuruk et al., 2023:50).	1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung kembali 3) Kesiediaan merekomendasikan (Masili et al., 2022:46)	Skala Likert

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Metode pengumpulan data diproses dengan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Proses pengumpulan data ini merupakan langkah krusial karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan permasalahan yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Prosedur pengumpulan data merupakan suatu sistem yang standar untuk memperoleh data yang diperlukan, dimana metode pengumpulan data memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan penelitian yang ingin dipecahkan.

Data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data didalam penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, sedangkan data sekunder adalah sumber data didalam penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (Supriyono, 2018:48). Data primer pada penelitian ini adalah kuesioner yang diperoleh secara langsung yang diberikan kepada responden, sedangkan untuk data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui jurnal, internet website, dan perpustakaan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa metode, yakni:

- a. Observasi, merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan Resto Gurame Cobek Mang Dayat yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.
- b. Dokumentasi, merupakan data yang dikumpulkan dari sebuah peristiwa di masa lalu. Pengumpulan data-data ini diambil melalui dokumen dalam bentuk tertulis maupun elektronik yang digunakan sebagai pendukung untuk kelengkapan data lain.
- c. Kuesioner, merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan peneliti mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik konsumen yang bisa terpengaruh oleh pelayanan Resto Gurame Cobek Mang Dayat.

Sedangkan, teknik pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara khusus oleh peneliti.

Skala likert dapat mengubah variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel, kemudian indikator-indikator tersebut disajikan sebagai titik tolak untuk dapat menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Secara umum kategori penelitian yang digunakan pada skala likert adalah 1-5 dan penilaian skor masing-masing angka ditunjukkan pada tabel dibawah ini sebagai berikut.

Tabel 7
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan & Akdon (2020:16)

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu metode untuk menguji valid atau tidaknya suatu butir pernyataan yang dibuat. Jika pernyataan atau pertanyaan di dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan di ukur, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan perangkat komputer SPSS 26, untuk mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan & Akdon (2020:124)

Keterangan:

R_{xy} = koefisien Korelasi

n = jumlah subjek atau responden

ΣX = skor butir

ΣY = skor total

ΣX^2 = jumlah kuadrat nilai X

ΣY^2 = jumlah kuadrat nilai Y

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

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

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

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner dari indikator variabel atau konstruk. Uji reliabilitas berguna untuk menentukan apakah instrumen yang dalam hal ini berupa kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Basuki, 2015:73). Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan

rumus sebagai berikut.

$$r_1 = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Sumber : Hairun (2020:111)

Keterangan:

n = banyaknya butir soal

S_i^2 = Jumlah varians skor tiap butir

S_t^2 = Varians skor total

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

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk dapat mengetahui apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016:160). Metode yang digunakan untuk menguji normalitas merupakan analisis statistik dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* dan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dengan rumus sebagai berikut.

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

Sumber : Sugiyono (2013:57)

Dasar pengambilan dalam 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 dilakukan untuk menguji apakah suatu model regresi linear berganda terdapat korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2016:105). VIF (*Variance Inflation Factory*) menjadi model untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas pada suatu model dengan rumus VIF untuk koefisien regresi-j sebagai berikut.

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Sumber : Ghozali (2016:103)

Dasar pengambilan dalam keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yakni:

- 1) Melihat nilai *tolerance*
 - a) Jika nilai *tolerance* > 0.10 , maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
 - b) Jika nilai *tolerance* < 0.10 , maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- 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 dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016:139). Cara untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot model tersebut. Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan bahwa model linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan menyempit kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik dan sebaliknya tidak berpola.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas ini dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibentuk mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan pada dua variabel (Ghozali, 2016:176). Dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas yaitu dengan melihat nilai signifikansi *Deviation from linearity*. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan, jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dapat memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu data berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (Ghozali, 2016:112). Adapun analisa statistik deskriptif ini menggunakan analisis *mean weight* atau bisa disebut juga sebagai rata-rata tertimbang dan rentang skala. Berikut dibawah ini rumus mengenai rata-rata tertimbang yang digunakan:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i W_i}{\sum_{i=1}^n W_i}$$

Sumber: Hek (2021:63)

Keterangan:

X = rata-rata tertimbang

Xi = frekuensi

Wi = bobot

Rumus yang dipakai untuk menghitung rentang skala yaitu:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah pilihan jawaban}} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

Dari hasil perhitungan rentang skala diatas, dapat diperoleh jarak antar kategori sebesar 0.80, sehingga peneliti menggunakan tabel rentang skala sebagai berikut:

Tabel 8
Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Buruk
1,81 – 2,61	Buruk
2,62 – 3,42	Cukup
3,43 – 4,23	Baik
4,24 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi ganda, karena korelasi ganda merupakan angka yang memperlihatkan arah serta mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih secara bersamaan (Ghozali, 2016:126). Dibawah ini terdapat rumus korelasi ganda sebagai berikut:

$$R_{yx1x2x3} = \sqrt{\frac{r^2_{yx1} + r^2_{yx2} + r^2_{yx3} - 2r_{yx1} r_{yx2} r_{yx3} r_{x1x2x3}}{1 - r^2_{x1x2x3}}}$$

Sumber: Sugiyono (2016:191)

Keterangan:

$R_{yx1x2x3}$ = korelasi antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx1} = korelasi Product Moment antara X_1 dengan Y

r_{yx2} = korelasi Product Moment antara X_2 dengan Y

r_{yx3} = korelasi Product Moment antara X_3 dengan Y

r_{x1x2x3} = korelasi Product Moment antara X_1 , X_2 , dan X_3

Menurut Yamin (2021:165) koefisien korelasi (r) ini menggambarkan suatu derajat keeratan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r < +1$), sehingga menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu:

- a. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka menunjukkan terdapat keeratan hubungan negatif sempurna antara variabel-variabel yang diteliti.
- b. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka menunjukkan terdapat keeratan hubungan positif sempurna antara variabel-variabel yang diteliti.
- c. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan tidak adanya hubungan sempurna antara variabel-variabel yang diteliti.

Untuk mengetahui apakah adanya keeratan antara harga, promosi, dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen resto gurame cobek mang dayat di Kota Bogor, peneliti menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 9
Interpretasi 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 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan & Akdon (2020:124)

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen (Y). Untuk mengetahui apakah terdapat arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing dari variabel independen memiliki pengaruh positif dan apakah nilai variabel independen akan naik atau turun. Analisis regresi linear berganda dapat dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua. Analisis ini menggunakan program SPSS 26 dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan & Akdon (2020:142)

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

β_1 = koefisien regresi harga

β_2 = koefisien promosi

β_3 = koefisien kualitas pelayanan

X_1 = harga

X_2 = promosi

X_3 = kualitas pelayanan

ε = *error term*

6. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Statistik Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) yaitu harga (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen (Y) secara parsial.

1) $H_0 : \beta_1 = 0$: tidak memiliki pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

$H_a : \beta_1 \neq 0$: memiliki pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

2) $H_0 : \beta_2 = 0$: tidak memiliki pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen

$H_a : \beta_2 \neq 0$: memiliki pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen

3) $H_o : \beta_3 = 0$: tidak memiliki pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen

$H_a : \beta_3 \neq 0$: memiliki pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Dengan kriteria pengujian:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

b. Hipotesis Statistik Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) ini digunakan untuk melihat apakah variabel independen (bebas) yaitu harga (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen (Y) secara simultan atau bersama-sama. Di bawah ini, penelitian dilakukan uji hipotesis dengan langkah dan asumsi sebagai berikut:

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

tidak ada pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

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

ada pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

7. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk menentukan R^2 dapat dilihat dari hasil output SPSS, jika nilai R^2 semakin besar maka menunjukkan bahwa terdapat variasi perubahan dan signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) demikian sebaliknya. Uji koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan & Akdon (2020:125)

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi