**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:35) serta bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel yang lain (Sugiyono, 2015:26). Penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor satu hingga nomor tiga untuk mengetahui nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2015 : 26). Penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor empat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen PT Sakana Sejahtera Kota Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

**3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel - variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala.

**3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:96). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent.* Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terkait) (Sugiyono, 2015 : 96). Adapun sebagai variabel X1 yaitu kualitas pelayanan dan variabel X2 yaitu promosi.

1. Variabel Dependen (Variabel Terkait)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015 : 97). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen.

**3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Sesuai judul penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen, operasionalisasi variabel penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel/Konsep**  **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** | **Ukuran** | **Skala** | **No.**  **Item** |
| Kualitas Pelayanan (X1)  Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.  (Tjiptono, 2014:157) | Kehandalan | Kehandalan Pelayanan | Konsistensi pelayanan dalam memenuhi kebutuhan | Ordinal | 1 |
| Daya Tanggap | Tanggap dan Responsif | Kecepatan pelayanan | Ordinal | 2 |
| Jaminan | Kemananan | Keamanan menggunakan jasa yang diberikan perusahaan | Ordinal | 3 |
| Kepatuhan | Kepatuhan perusahaan terhadap hukum yang berlaku | Ordinal | 4 |
| Empati | Kesopanan Karyawan | Perilaku karyawan dalam menghadapi konsumen | Ordinal | 5 |
| Bukti Fisik | Bukti Fisik | Kondisi fisik dan fasilitas kantor pelayanan | Ordinal | 6 |
| Promosi (X2)  *Promotion refers to activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*.  (Kotler dan Armstrong, 2014:77) | *Advertising* (Periklanan) | Daya Tarik Iklan Yang Disampaikan | Seberapa menarik iklan yang disampaikan | Ordinal | 7 |
| Gaya Dari Isi Pesan Yang Disampaikan | Seberapa mampu pesan-pesan yang disampaikan untuk menarik konsumen | Ordinal | 8 |
| *Personal Selling* (Penjualan Perseorangan) | Pendekatan Penjualan Yang Dilakukan | Seberapa efektif pendekatan penjualan berbanding dengan karakter konsumen | Ordinal | 9 |
| *Sales Promotion* (Promosi penjualan) | Potongan Harga (Diskon) | Seberapa sering perusahaan memberikan potongan harga | Ordinal | 10 |
| *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung) | Pemasaran Melalui *Direct Marketing* | Seberapa sering perusahaan memasarkan jasa secara langsung kepada konsumen | Ordinal | 11 |
| Pemasaran Melalui Media *Online* | Seberapa sering perusahaan memasarkan jasa melalui media *online* | Ordinal | 12 |
| Kepuasan Konsumen (Y)  *Satisfaction is a person’s feeling or pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations*  (Kotler & Keller, 2016:153) | *Stays Loyal* (Tetap setia ) | Kecenderungan Menggunakan Ulang | Seberapa sering konsumen menggunakan kembali jasa yang disediakan perusahaan | Ordinal | 13 |
| *Buys New and Upgraded Products* (Membeli produk baru yang ditawarkan) | Menggunakan Jasa Lain Yang Ditawarkan | Seberapa sering konsumen menggunakan jasa-jasa lain yang ditawarkan oleh perusahaan. | Ordinal | 14 |
| *Talks Favorably About the Products* (Merekomendasikan produk) | Merekomendasikan Jasa | Seberapa sering konsumen merekomendasikan jasa perusahaan kepada lingkungan sekitarnya | Ordinal | 15 |
| *Less Sensitive to Price* (Bersedia membayar lebih) | Bersedia Membayar Lebih | Kemauan konsumen untuk membayar lebih atas jasa yang disediakan oleh perusahaan | Ordinal | 16 |
| *Offers Product or Service ideas* (Memberi masukan tentang produk/jasa) | Memberi Masukan | Seberapa sering konsumen memberikan masukan-masukan. | Ordinal | 17 |

*Sumber : Data diolah 2018*

**3.3 Populasi dan Sampel**

Berdasarkan tabel operasional variabel yang dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditentukan populasi dan sampel pada penelitian ini.

**3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang tediri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015 : 148). Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah konsumen PT Sakana Sejahtera Bandung pada periode 2016-2017 yang berjumlah 183 orang.

**3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015 : 149). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena ada keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan akan dilakukan untuk populasi.

Dalam penelitian ini sampel yang diteliti adalah konsumen PT Sakana Sejahtera Bandung dengan beragam profil pekerjaan dan latar belakang yang berbeda. Jumlah sampel untuk responden akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, dimana tingkat kesalahan yang ditolerir adalah sebesar 10%.

Rumus Slovin :

Dimana: n = Ukuran sampel N = Populasi e² = tingkat kesalahan yang ditolerir.

**3.3.3 Teknik Sampling**

Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, dengan jenis *Simple Random Sampling,* teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional (Sugiyono 2015:152). Peneliti memilih teknik ini karena adanya perbedaan sampel yang berstrata dalam populasi, perbedaan di strata itu adalah adanya perbedaan dari segi demografi dalam segi pendidikan yang telah ditempuh oleh responden. Sampel yang dihitung dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, ukuran :

responden

Berdasarkan perhitungan pada halaman sebelumnya maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 65 responden.

**3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

Penelitian lapangan (*Field Research*)

Adalah pencarian data yang dikeluarkan secara langsung pada pelanggan perusahaan yang diteliti untuk memperoleh data primer, melalui:

1. Wawancara (*Interview)*, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau komunikasi langsung terhadap pihak pelanggan perusahaan. Penulis melakukan wawancara kepada konsumen.
2. Pengamatan langsung (Observasi), yaitu cara atau teknik untuk memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Caranya yaitu sebagai berikut: penulis terjun ke lapangan mencari data yang diperlukan cara mengamati langsung ke kantor layanan PT Sakana Sejahtera di Jl. Tamansari Balubur Town Square.
3. Penyebaran angket (Kuesioner), yaitu dengan cara menyebarkan data atau daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menyediakan alternatif jawaban ataupun jawaban yang harus diisi oleh responden secara pribadi mengenai hal-hal berkaitan dengan penelitian.

Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, literatur-literatur, dokumen, web web aplikasi yang ada kaitannya dengan objek yang akan diteliti untuk memperoleh data sekunder.

**3.5 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis dan objektif dengan tujuan menguji suatu hipotesis. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner.

**3.5.1 Skala Ukur Instrumen Penelitian**

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam bentuk tabel.

Peneliti memilih menggunakan skala Likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015 : 168). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang positif. Terdapat lima kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

**Skala Model Likert**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Keterangan | Pernyataan Positif | Pernyataan Negatif |
| Sangat Setuju | 5 | 1 |
| Setuju | 4 | 2 |
| Cukup Setuju | 3 | 3 |
| Tidak Setuju | 2 | 4 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 5 |

*Sumber : Sugiyono (2015)*

**3.5.2 Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah layak dan handal untuk dapat digunakan sebagai alat ukur variabel penelitian.

**3.5.2.1 Uji Validitas**

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah membuat kuisioner adalah menguji kuisioner tersebut apakah valid atau tidak. Ada beberapa kritertia yang dapat digunakan untuk mengetahui kuisioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur , sebagai berikut:

1. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
2. Jika koefisien korelasi *product moment*> r-tabel ( α : n-2) n = jumlah
3. Nilai Sig ≤ α

Dalam mencari nilai korelasi Penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment* seperti berikut pada halaman selanjutnya :



Dimana : r = koefisien korelasi x = skor variabel (jawaban responden)

n = jumlah responden y = skor total dari variabel (jawaban responden)

*Sumber : Sugiyono (2015)*

* + - 1. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah menguji kereliabelan kuisioener, penulis menggunakan metode perhitungan reliabilitas dengan yang bersumber pada *measurement* menggunakan metode *internal consistency,* yang dilakukan dengan cara mencoba alat ukur satu kali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Jenis metode *internal consistency* yang digunakan pada penelitian ini adalah metode split half (*split half method)*. Metode *split half*, item-item dalam kuisioner dibagi menjadi dua kelompok, kelompok item ganjil dan kelompok item genap, lalu masing masing kelompok dihitung skornya kemudian dihitung jumlahnya hingga menjadi skor total. Lalu dihitung korelasi dari item-item tersebut, apabila nilai korelasi melebih 0,7 maka item tersebut tergolong reliabel, sebaliknya jika kurang dari 0,7 maka itu tidak reliabel. Rumus yang penulis gunakan adalah rumus *Spearman Brown*.

Dimana : r = nilai reliabilitas

rb = korelasi product moment antara belahan ganjil dan genap

*Sumber : Sugiyono (2015)*

Didapatkan nilai reliabilitas instrument (r hitung) nilai tersebut dibandingkan dengan (r tabel) jumlah responden dan taraf nyata . Bila r hitung > r tabel maka instrumen tersebut tergolong reliabel.

**3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Metode analisis data dan uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini akan menggunakan metode analisis statistik regresi linear berganda untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang yang diterima dari kuisioner yang telah diisi oleh responden. Tahapan proses yang akan digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Menyebarkan kuisioner kepada konsumen PT Sakana Sejahtera
2. Mengumpulkan jawaban kuisioner.
3. Mengelompokan data berdasarkan responden.
4. Mentabulasikan data kuisioner tersebut kedalam bentuk data kuantitatif
5. Menyajikan jawaban tersebut dalam tabel tabulasi

**3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisa ini menggambarkan tentang fakta fakta yang ada secara sistematis. dimana fakta fakta ini berasal dari hasil pengoperasian variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Setelah data tersebut terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis.

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015 : 26). Statistik yang digunakan dalam penelitian adalah rata-rata (mean), median, modus, deviasi dan lain-lain.

Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor yang ada pada jawaban - jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

P **=**

Dimana:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data terbesar – Data terkecil

Banyak Kelas = 5

Penetapan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dan skor ideal. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar skala = 5 - 1= 0,8

5

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut pada halaman selanjutnya:

**Tabel 3.3**

**Kategori Skala**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Skala** | | **Kategori** |
| 1,00 | 1,80 | Sangat Rendah |
| 1,81 | 2,60 | Rendah |
| 2,61 | 3,40 | Sedang |
| 3,41 | 4,20 | Tinggi |
| 4,21 | 5,00 | Sangat Tinggi |

*Sumber : Sugiyono (2015)*

Selain itu digunakan juga model berupa garis kontinum sebagai berikut:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| SR | R | S | T | ST |
|  |  |  |  |  |

1 1,80 2,60 3,40 4,20 5

**Gambar 3.1**

**Garis Kontinum**

**3.6.2 Analisis Verifikatif**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menjawab rumusan masalah ke empat. Analisisnya terdiri dari analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan uji hipotesis.

**3.6.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linear Berganda ini tujuannya adalah untuk mengetahui ada tidaknya suatu hubungan antar variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Promosi) dengan Y (Kepuasan Konsumen). Menurut Sugiyono (2015 : 277) “analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel (dependen)” analisis linier berganda ini dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

Y = a + b1X1 + b2X2 + e

Dimana :

Y= Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X1= Kualitas Pelayanan

X2= Promosi

b1= Koefisien regresi Kualitas Pelayanan b2= Koefisien regresi Promosi

Untuk mendapatkan nilai a, b1, dan b2, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

∑Y = an+ b1∑ X1+ b2∑X2

∑X1Y = a∑X1+ b1 ∑X1+ b2 ∑X1X2

∑X2Y = a∑X2+ b1 ∑X1 X2+ b2 ∑X22

Setelah a, b1, dan b2 didapat maka akan diperoleh persamaan Y

**3.6.2.2 Analisis Korelasi Ganda**

Analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan dengan atau kekuatan korelasi antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Promosi) dengan Y (Kepuasan Konsumen). Rumus yang digunakan untuk korelasi ganda adalah :

Dimana : = Koefisien korelasi ganda

JKregresi = Jumlah kuadrat

JKtotal = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai R yang diperoleh maka dapat dihubungkan -1 < R < 1 yaitu:

1. Apabila = 1, artinya terdapat hubungan linier positif antara variabel X, dan variabel Y.
2. Apabila = 0, artinya tidak terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y.
3. Apabila = -1, artinya terdapat hubungan linier negatif antara variabel X dan Y.

Untuk melakukan interprestasi terhadap hubungan korelasi dapat dilakukan dengan berdasarkan pedoman tingkat kekuatan hubungan atau korelasi yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015 : 256) seperti sebagaimana tertera pada tabel berikut :

**Tabel 3.4**

**Pedoman untuk memberikan intep**r**etasi koefisien korelasi**

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

*Sumber: Sugiyono (2015)*

**3.6.2.3 Uji Hipotesis**

Uji Hipotesis menurut Sugiyono (2015 : 93) adalah “Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau ditolak. Tujuan dari diujinya hipotesis adalah untuk menentukan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Maka pengujian hipotesis dilakukan dengan cara berikut:

1. Uji Hipotesis Simultan,

Rumusan hipotesis simultannya adalah sebagai berikut :

Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Promosi) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Terdapat pengaruh signifikan antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Promosi) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Kedua hipotesis tersebut pada halaman sebelumnya kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Untuk melakukan pengujian uji signifikansi koefisien berganda, digunakan rumus sebagai berikut :

*Sumber : Sugiyono (2013)*

Keterangan :

R2 = koefisien korelasi ganda

K = banyaknya variabel bebas

N = jumlah anggota sampel

dk = (n-k-1) derajat kebebasan

Lalu akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan dk sebagai penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut pada halaman selanjutnya :

Tolak H0 jika Fhitung ≥ Ftabel – H1 diterima (signifikan).

Terima H0 jika Fhitung < Ftabel – H1 ditolak (tidak signifikan).

1. Uji Hipotesis Parsial

Rumusan Hipotesis Parsialnya adalah sebagai berikut:

H0 :*β*1 = 0, Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

H1 :*β*1 ≠ 0, Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

H0 :*β*2 = 0, Tidak terdapat pengaruh signifikan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.

H1 :*β*2 ≠ 0, Terdapat pengaruh Promosi terhadap Proses Keputusan

Pembelian.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan rumus sebagai berikut:



*Sumber : Sugiyono (2015)*

Keterangan :

t = Statistik uji korelasi

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y

n = Banyaknya sampel dalam penelitian

Kemudian hasil hipotesis thitung dibandingkan dengan ttabel ketentuan sebagai berikut:

Jika thitung < ttabel, maka H0 diterima

Jika thitung ≥ ttabel, maka H0 ditolak.

**3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi**

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, dapat dihitung koefisien determinasi yaitu untuk melihat presentase pengaruh X1, X2, terhadap Y dinyatakan dalam persen (%). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Keterangan:

Kd = Seberapa besar perubahan variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

R2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda