

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei, yaitu dimana dengan menggunakan sampel atau populasi dan kuesioner adalah sebagai alat dalam pengambilan data-data penelitian. Rumusan masalah yang digunakan dalam ini bersifat deskriptif dan verifikatif.

Sugiyono berpendapat (2013:11) bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti ada dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana harga pada produk Rabbani Dipatiukur, bagaimana promosi pada produk Rabbani Dipatiukur, bagaimana kepuasan pelanggan pada produk Rabbani Dipatiukur.

Sugiyono juga berpendapat (2013:11) penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu hipotesis yang baru kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak, lalu dapat disimpulkan metode penelitian

verifikatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan metode statistik. Metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Outlet Rabbani Dipatiukur.

### **3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel, peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel ( $X_1$ ) yaitu harga, variabel ( $X_2$ ) promosi penjualan, dan ( $Y$ ) yaitu kepuasan konsumen. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalkan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

##### **1. Variabel independen**

Variabel independen yang dilambangkan dengan ( $X$ ) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang

pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2013). Variabel independen dalam penelitian ini adalah : a. Harga ( $X_1$ ) b. promosi penjualan ( $X_2$ )

## 2. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabelitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2013) dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah upaya penelitian secara rinci yang diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari penelitian variabel-variabel yang terkait, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian. Pada penelitian ini, operasionalisasi variabel yang mengacu pada teori serta situasi dan kondisi pada toko kerudung Rabbani Dipatiukur Bandung. Dalam penelitian yang penulis buat dalam hal ini menggunakan skala ordinal.

Operasionalisasi variabel pada penelitian ini terdapat secara rinci yang diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, skala dari variabel-variabel yang terkait, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel dan Konsep</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>No Item</b>
<b>Harga</b> <i>The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefits of having or using the product or service</i> <b>Kotler dan Armstrong (2016:314)</b>	1. Keterjangkauan harga	a. Harga yang ditawarkan	1) Tingkat harga yang ditawarkan	1
	2. Harga sesuai dengan kualitas	b. Kualitas produk	2) Tingkat kualitas produk	2
	3. Harga mempunyai daya saing	c. Daya saing harga produk	3) Tingkat daya saing harga produk	3
	4. harga Kesesuaian dengan manfaat	d. Manfaat produk	4) Tingkat manfaat produk	4
<b>Promosi</b> <i>Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it.</i> <b>Kotler dan Armstrong (2014:76)</b>	1. Periklanan	a. Ketepatan iklan dalam memberikan informasi kepada konsumen	1) Ketepatan iklan dalam memberikan informasi produk kepada pelanggan	5
		b. Ketepatan iklan dalam mengajak konsumen menggunakan produk	2) Tingkat ketepatan penyampaian iklan produk	6
		c. Daya tarik iklan	3) Tingkat daya tarik iklan	7
	2. Promosi penjualan	a. Daya tarik diskon	1) Tingkat pemberian diskon	8
		b. Daya tarik potongan harga	2) Tingkat potongan harga yang diberikan	9
	3. Acara dan pengalaman	a. Acara ivent yang di adakan menarik konsumen	1) Tingkat ketepatan moment dalam mengambil ivent untuk produk	10
	4. Pemasaran	a. Penggunaan	1) Tingkat	11

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	No Item
	media sosial	media sosial	ketepatan penggunaan media sosial dalam menginformasikan produk	
<b>Satisfaction</b> <i>Is a pearson's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcame) to expectation.</i> <b>Kotler dan Keller (2016:153)</b>	1. Kualitas produk	a. Produk	1) Tingkat kualitas produk	12
	2. Kualitas pelayanan	b. Pelayanan	2) Tingkat kualitas pelayanan	13
	3. Harga	c. Harga	3) Tingkat penetapan harga	14
	4. Faktor emosional	d. Rasa Emosional	4) Tingkat rasa menyukai produk	15

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen peneliti memaparkan jumlah populasi dan ukuran sampel pada Outlet Rabbani Dipatiukur.

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2013 : 117) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang di outlet Rabbani Dipatiukur:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Pengunjung Outlet Rabbani Tahun 2017**

Bulan	Jumlah Pengunjung
	2017
Jul	2.680
Agst	2.647
Sept	2.540
Okt	2.864
Nov	2.758
Des	2.487
<b>Jumlah</b>	<b>15.976</b>

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2013). Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, maka peneliti membentuk perwakilan populasi yang disebut sampel. Sehingga peneliti tidak meneliti secara keseluruhan dari pembeli dan pengguna produk kerudung rabbani dengan mengambil sampel dari para pembeli dan pengguna. Karena populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak diketahui jumlah pastinya, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut.

Untuk menentukan jumlah besaran sampel dalam Simple Random Sampling, maka digunakan rumus Slovin, Riduwan kuncoro (2013 : 210).

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

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah Populasi
- e = Tingkat Kesalahan

Populasi  $N = 30.928$  dengan asumsi tingkat kesalahan ( $e$ ) = 10%, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak

$$N = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{15976}{1+15976(0.1)^2} = 99.37 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi dari perhitungan diatas, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 Pelanggan.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono,2013:401). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan :

#### 1. Penelitian lapangan (*Field research*)

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung mengenai objek penelitian data primer dengan cara :

##### a. Observasi

Yaitu dengan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi di lokasi penelitian. Dengan cara penulis terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data yang diperlukan dengan pengamatan langsung yaitu pengamatan yang dilakukan di factory outlate Rabbani yang ada di daerah Dipatiukur Bandung

b. Wawancara

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara lisan yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang keadaan outlet-outlet yang ada di daerah Bandung yang sesuai dengan penelitian, dengan melakukan tanya jawab langsung dengan manajer dan para pelanggan.

c. Kuesioner

Penyebaran angket (kuesioner) yaitu dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menyediakan alternatif jawaban yang harus diisi oleh responden secara pribadi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Penulis menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan yang telah membeli yang merupakan responden dalam penelitian.

2. Studi 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, buku-buku, jurnal, dan internet, yang ada kaitannya dengan objek yang akan diteliti yang akan digunakan untuk memperoleh data-data sekunder yang diperlukan dalam penelitian.

### **3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis**

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei penelitian dari penelitian lapangan dan kepustakaan.

### 3.5.1 Metode Analisis Yang Digunakan

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. Menurut Sugiyono (2013:122) berpendapat bahwa skala *Likert* mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif, dengan demikian, penulis membuat pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan konsumen atau pelanggan jilbab rabbani. Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Untuk pengolahan data hasil dari kuesioner tersebut maka penulis menggunakan metode skala *likert*, nilai dalam skala likert dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang menggunakan skala *likert* dan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Alternatif jawaban diberikan nilai 5 selanjutnya nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan menjadi kategori pembobotan dalam skala *Likert* sebagai berikut

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

No	Keterangan	Bobot Nilai	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiono (2013)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka setelah memperoleh data kuesioner tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan statistik maka dapat diketahui bobot nilai dari setiap item-item pertanyaan yang diajukan oleh penulis.

Setelah itu, jawaban dari responden dapat dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti, tingkat pengaruh dari setiap variabel yang diteliti, dan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan hasilnya pun harus seimbang dengan variabel yang sudah dibuat. Maka dari itu perlu adanya perbaikan dan ketelitian dalam pembuatan kuesioner agar hasil yang didapatkan oleh responden valid atau sesuai dengan ketentuan yang terjadi.

### 3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2013:200) menunjukkan derajat ketepatan antara data sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita dapat mengkorelasikan skor item dengan total item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dinyatakan dibawah 0,3 maka dinyatakan nilai korelasinya tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_b$  = Korelasi Product moment

$n$  = Banyaknya pasangan data X dan Y

$\Sigma X$  = Jumlah dari variabel X

$\Sigma Y$  = Jumlah dari variabel Y

$\Sigma X^2$	= Jumlah kuadrat total dari variabel X
$\Sigma Y^2$	= Jumlah kuadrat total dari variabel Y
$\Sigma XY$	= Jumlah perkalian total variabel X dan Y

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2013:27). Untuk uji reabilitas digunakan metode teknik perhitungan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Internal Consistency Reliability* dengan menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ), hal ini sesuai dengan tujuan test yang bermaksud menguji konsistensi item-item dalam instrumen penelitian. Menghitung nilai reliabilitas digunakan rumus sebagai berikut :

$$R = \alpha = \frac{n}{n - 1} \left( \frac{S - \sum Si}{S} \right)$$

Keterangan :

R	= Koefisien reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>
n	= Jumlah item
S	= Varians skor keseluruhan
Si	= Varians masing-masing item.

Metode *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) diukur berdasarkan skala *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) dari 0,00 sampai 1,00. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Skala Reliabilitas**

Skala	Kategori
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,21 – 0,40	Agak Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Sugiono (2013)

Apabila nilai alpha 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai alpha dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Sebelum uji reliabilitas terlebih dahulu dicari korelasinya dengan rumus :

$$r = \frac{n\Sigma AB - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{[n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2][n\Sigma B^2 - (\Sigma B)^2]}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel ganjil

B = Variabel genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

Koefisien korelasinya dimasukkan ke dalam rumus Spearman Brown.

Adapun rumus Spearman Brown yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

$r$  = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila  $r$  hitung  $\geq$  dari  $r$  tabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai masalah situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku.

Menurut Sugiyono (2013:53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel penelitian ini yaitu harga ( $X_1$ ) promosi penjualan ( $X_2$ ) dan kepuasan konsumen (Y). Lalu selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan

data pada setiap variabel penilaian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (sekor) variabel penelitian masuk dalam katagori : Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Untuk akan lebih jelas berikut adalah rumusnya :

$$\text{Skor Rata - rata} = \frac{\Sigma \text{ Jawaban kuesioner}}{\Sigma \text{ Pernyataan} \times \Sigma \text{ Responden}}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya, akan dikategorik pada retang skor sebagai berikut :

$$r = \frac{ST - SR}{K}$$

Dimana:

r = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel, sebagai berikut :

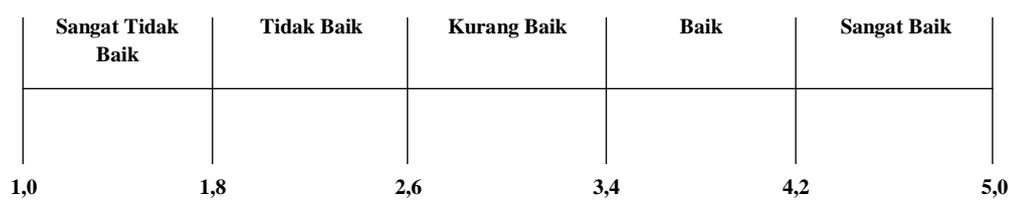
- a. Indeks minimum : 1
- b. Indeks maksimum : 5
- c. Interval : 5-1 = 4
- d. Jarak interval : (5-1) : 5 = 0,8

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

Skala	Kategori
1,00 - 1,80	STB (Sangat Tidak Baik)
1,81 - 2,60	TB (Tidak Baik)
2,61 - 3,40	KB (Kurang Baik)
3,41 - 4,20	B (Baik)
4,21 - 5,00	SB (Sangat Baik)

Sumber : Sugiono (2013 :134)

Kemudian setelah diinterpretasikan, dapat di masukan ke dalam garis kontinum. Interpretasi dan garis kontinum juga dapat tidak digunakan jika variabel yang diteliti tidak memerlukannya. Berikut gambar garis kontinum



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:55). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

#### 3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan ini menggunakan analisis regresi berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga ( $X_1$ ) dan promosi penjualan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumusan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

$b_1 b_2$  = Koefisien arah garis

$X_1$  = Variabel bebas (Harga)

$X_2$  = Variabel bebas (Promosi)

Nilai a,  $b_1$  dan  $b_2$  dapat menggunakan rumusan sebagai berikut :

$$\Sigma Y = an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2$$

$$\Sigma X_1 Y = a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1^2 + b_2 \Sigma X_1 X_2$$

$$\Sigma X_2 Y = a \Sigma X_2 + b_1 \Sigma X_1 X_2 + b_2 \Sigma X_2^2$$

Setelah a,  $b_1$  dan  $b_2$  didapat, maka akan diperoleh persamaan Y.

### 3.5.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel harga ( $X_1$ ), promosi penjualan ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen (Y).

Rumus yang ditentukan adalah sebagai berikut :

$$R = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

$JK_{regresi}$  = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$JK_{total}$  = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015:252).

Dan berikut adalah pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Koefisien Korelasi**

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

Sumber : Sugiyono (2015:184)

Berdasarkan pada nilai R yang sudah diperoleh, maka dapat dihubungkan

-  $1 < R < 1$  yaitu :

1. Apabila  $R = 1$  artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y semua positif sempurna.
2. Apabila  $R = -1$  artinya tidak terdapat hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y semua negatif sempurna.
3. Apabila  $R = 0$  artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

### 3.5.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang

merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2013:98).

### 3.5.3.3.1 Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis determinasi digunakan menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$K_d = (R^2) \times 100\%$$

Dimana :

$K_d$  = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

### 3.5.3.3.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$K_d = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

B = Beta (nilai standartdized coefficients)

Zero Order = Matrik koefisien variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana Apabila :

$K_d$  = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah

$K_d$  = 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tinggi

### 3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh harga, promosi dan kepuasan konsumen.

#### 3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan kata lain uji F ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi sebuah variabel dependen atau tidak.

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ,  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel independen (lebih dari dua) secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

#### 3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah data model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

t hitung dapat dicari dengan menggunakan dengan cara sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi parsial

K = Jumlah variabel dependen

N = Jumlah data atau kasus

Dengan ketentuan,  $H_0$  ditolak jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

### 3.6 Rancangan Kuesioner

Instrumen dalam penelitian yang digunakan adalah kuesioner, dimana bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, pernyataan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan diberi jawaban terhadap dari

beberapa alternatif atau hanya satu jawaban saja. Hasil tersedia di lampiran.

### 3.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian yang menjadi tempat penelitian dalam pembuatan skripsi ini adalah pada toko jilbab rabbani yang berlokasi Dipatiukur. Dimulai pada Februari 2018 dan direncanakan sampai dengan selesai..