

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan analisis Assosiatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Menurut Sugiyono (2018 : 8) “Metode Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Menurut Sugiyono (2018 : 37) “Rumusan Masalah Assosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dengan bentuk hubungan kausal, hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen

(variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

### 3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018 : 39) “Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) adalah Kualitas Pelayanan (X1), Harga Produk (X2), Inovasi Produk (X3). Dan yang menjadi variabel dependen (Y) adalah Kepuasan Konsumen. Definisi dari beberapa variabel pada penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

#### a. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2018 : 39) “Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Dalam penelitian ini variabel independennya adalah :

##### 1) Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

Menurut Tjiptono *dalam* Moha dan Loindong (2016 : 577) “Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Indikator Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono & Chandra *dalam* Gofur (2019 : 41) sebagai berikut :

##### 1. Bukti Fisik

2. Keandalan
3. Daya tanggap
4. Jaminan
5. *Empathy*

2) Harga Produk ( $X_2$ )

Menurut Kotler dan Armstrong *dalam* Jaya dan Suparna (2018 : 2895, 2896) “Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa”.

Menurut Kotler *dalam* Amilia dan Asmara (2017 : 663) indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

3) Inovasi Produk ( $X_3$ )

Menurut Wilson dan Gilligan *dalam* Tjiptono (2018 : 256) “Produk Baru adalah produk yang benar-benar baru bagi dunia, penyempurnaan produk, modifikasi produk, dan merek baru”.

Indikator inovasi produk dalam penelitian ini diambil dari penelitian Prajogo *dalam* Segara dkk (2019 : 197) yang meliputi :

1. Perluasan lini produk/tingkat kebaruan
2. Penggunaan inovasi teknologi terbaru

3. Kecepatan pengembangan produk baru
4. Jumlah produk baru
5. Produk muncul pertama kali di pasar.

b. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016 : 39) “Variabel Dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah :

1) Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler & Keller *dalam* Widyastuti dan Husnayetti (2021 : 92) “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (hasil) dengan harapan mereka”.

Indikator Kepuasan Konsumen yang digunakan dalam penelitian Fadhli dan Pratiwi (2021 : 606) sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang dihasilkan
2. Kualitas pelayanan yang diberikan
3. Harga produk
4. Kemudahan mengakses produk
5. Cara mengiklankan produk

**Tabel 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas Pelayanan	Menurut Tjiptono <i>dalam</i> Moha dan Loindong (2016 : 577) “Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.	Indikator Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono & Chandra <i>dalam</i> Gofur (2019 : 41) sebagai berikut : 1. Bukti Fisik 2. Kehandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. <i>Empathy</i>
2	Harga	Grewal dan Levy <i>dalam</i> Tjiptono (2018 : 290) “Harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik.”	Menurut Kotler <i>dalam</i> Amilia dan Asmara Nst (2017 : 663) indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut : 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat
3	Inovasi Produk	Menurut Wilson dan Gilligan <i>dalam</i> Tjiptono (2018 : 256) “Produk Baru adalah produk yang benar-benar baru bagi dunia, penyempurnaan produk, modifikasi produk, dan merek baru. Tjiptono dkk <i>dalam</i> Rasyid dan Indah (2018: 40) “Inovasi Produk diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru.”	Indikator inovasi produk dalam penelitian ini diambil dari penelitian Prajogo <i>dalam</i> Segara dkk (2019 : 197) yang meliputi : 1. Perluasan lini produk/tingkat kebaruan 2. Penggunaan inovasi teknologi terbaru 3. Kecepatan pengembangan produk baru 4. Jumlah produk baru 5. Produk muncul pertama

			kali di pasar.
4	Kepuasan Konsumen	Kotler & Keller <i>dalam</i> Widyastuti dan Husnayetti (2021 : 92) “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (hasil) dengan harapan mereka”.	Indikator Kepuasan Konsumen yang digunakan dalam penelitian Fadhli dan Pratiwi (2021 : 606) sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk yang dihasilkan</li> <li>2. Kualitas pelayanan yang diberikan</li> <li>3. Harga produk</li> <li>4. Kemudahan mengakses produk</li> <li>5. Cara mengiklankan produk</li> </ol>

### 3.2.1 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2018 : 92) “Skala Pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”.

Menurut Sugiyono (2018 : 93) “Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan”.

Dalam penelitian ini setiap item jawaban instrumen akan diberi skor dan

di tandai dengan checklist. Dari jawaban kuesioner tersebut dapat diberi skor sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Pemberian Skor Pada Skala *Likert***

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2018 : 94

**Tabel 4**  
**Contoh Kuesioner Bentuk *Checklist***

No	Pertanyaan/ Pernyataan	J a w a b a n				
		SS	ST	RG	TS	STS

Sumber : Sugiyono, 2018 : 94

Keterangan :

SS = Sangat Setuju, dengan skor 5

ST = Setuju, dengan skor 4

RG = Ragu-ragu, dengan skor 3

TS = Tidak Setuju, dengan skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju, dengan skor 1

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2018 : 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

**Tabel 5**  
**Data Pengunjung BeeJay Bakau Resort**

No	Bulan	2020		2021	2022
		LN	Dom		
1	Januari	6	4.068	198	297
2	Februari	2	3.407	180	269
3	Maret	-	Pandemi	239	220
4	April	-	Pandemi	170	61
5	Mei	-	Pandemi	227	306
6	Juni	-	Pandemi	272	0
7	Juli	-	Pandemi	10	0
8	Agustus	-	Pandemi	Pandemi	0
9	September	-	Pandemi	69	0
10	Oktober	-	Pandemi	269	0
11	November	-	Pandemi	235	0
12	Desember		Pandemi	270	0
		<b>8</b>	<b>7,475</b>		
<b>Total</b>		<b>7.483</b>		<b>2.139</b>	<b>1.153</b>

Sumber : Beejay Bakau Resort, 2022

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek

yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengunjung BeeJay Bakau Resort Probolinggo pada bulan Mei 2022 yang berjumlah 306 pengunjung.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018 : 81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.”

Roscoe *dalam* Sugiyono (2018 : 90-91) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya, pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya,) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.”

Dilihat pada poin ke-empat yaitu jumlah anggota sampel masing-masing 10 s/d 20. Pada penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat 4 variabel, 3 untuk jumlah variabel independen dan 1 untuk jumlah variabel dependen.

Maka jumlah anggota sampel yang diambil yaitu  $20 \times 4 = 80$ . Jadi dalam penelitian ini, terdapat 80 orang yang dipilih menjadi responden dan dapat mewakili populasi yang menjadi pengunjung Rest-O-Tent BeeJay Bakau Resort Probolinggo.

Teknik *sampling* yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2018 : 82) “Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.”

### **3.4 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua sumber yaitu :

##### 1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2018 : 225) “Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara antara peneliti dengan pihak yang terkait dalam penelitian tersebut dan hasil dari penyebaran kuesioner tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen kepada pengunjung Rest-O-Tent BeeJay Bakau Resort Probolinggo.

##### 2) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018 : 225) “Data Sekunder merupakan sumber yang

tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.” Data Sekunder penelitian ini didapatkan berupa struktur organisasi, visi dan misi, gambaran instansi, dan data pendukung yang lain.

### **3.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1) Kuesioner**

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

Pada metode kuesioner dalam laporan ini dilakukan penyebaran kuesioner yang akan diberikan kepada responden yaitu para pengunjung Rest-O-Tent BeeJay Bakau Resort Probolinggo.

#### **2) Wawancara**

Menurut Sugiyono (2018 : 137) “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit / kecil.” Dengan demikian wawancara dilakukan dengan pimpinan perusahaan pada awal untuk mengetahui hal-hal atau

permasalahan yang menarik untuk diteliti.

### 3) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018 : 240) “Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu berupa gambar, yaitu gambar pada saat wawancara dengan pimpinan dan pada saat proses penyebaran kuesioner kepada pengunjung Rest-O-Tent BeeJay Bakau Resort Probolinggo.

## 3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018 : 147) “Analisis Data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis prediktif. “Analisis Prediktif dapat didefinisikan sebagai proses yang menggunakan satu set alat analitik canggih untuk mengembangkan model-model dan perkiraan-perkiraan yang akan terjadi di masa depan. Analisis prediktif membantu menghubungkan data ke tindakan efektif dengan menggambar kesimpulan yang dapat dipercaya tentang kondisi saat ini dan kejadian masa depan” (Wessler *dalam* Nani 2016 : 667). Pengolahan data ini dapat dilakukan secara manual atau dengan menggunakan program statistik komputer yaitu program *Statistical Packages for Social Science* (SPSS).

### 3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

### **a. Uji Validitas**

Menurut Priyatno (2014 : 51) “Uji Validitas merupakan uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur.” Suatu item dikatakan valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan jumlah total poin. Hal ini menunjukkan dukungan item dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diungkapkan. Suatu item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada seorang responden dengan menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk memperjelas sesuatu.

Pengujian uji signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung  $\geq$  r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung  $\leq$  r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

Cara membaca r tabel adalah dilihat nilai r tabel pada probabilitas atau batas kritis tertentu, dimana yang lazim digunakan adalah 0,05. Serta lihat pada nilai DF. Dimana DF adalah singkatan dari degree of freedom atau derajat kebebasan. Dalam uji validitas, nilai  $DF = N - 2$ . Dimana N adalah besarnya sampel. Selanjutnya lihat kembali pada nilai r tabel pada probabilitas atau sig 0,05.

### **b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi

alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala *likert* 1-5) adalah Cronbach Alpha. Menurut Priyatno (2014 : 64) “Uji Reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.” Untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran dalam Priyatno (2014: 64) “Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas Residual**

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Pengujian uji normalitas yang pertama yaitu dengan metode grafik. Priyatno (2014 : 91) “Uji Normalitas Residual dengan metode grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual”. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah

normal.

Pengujian yang kedua menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, uji ini memiliki toleransi yang lebih tinggi. Priyatno (2014 : 78) “Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.”

**b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Priyatno (2014 : 99) “Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1).” Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Priyatno (2014 : 108) “Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi.” Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat menggunakan metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya.

Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut

residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### d. Uji Linieritas

Priyatno (2014 : 79) “Uji Linieritas yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak”. Uji ini digunakan untuk prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linier bisa signifikansi (*Deviation for Linearity*) lebih dari 0,05.

### 3.5.3 Analisis Linier Berganda

Menurut Priyatno (2014 : 148) “Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.” Persamaan regresi linier berganda dengan 3 variabel independen sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga Produk

$X_3$  = Inovasi Produk

#### 3.5.4 Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Priyatno (2014 : 142) “R Square ( $R^2$ ) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.” Apabila ( $R^2$ ) semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang ditimbulkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Apabila ( $R^2$ ) semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang ditimbulkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amilia dan Asmara (2017 : 667) bahwa untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh antar variabel dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square, dapat dikatakan demikian dikarenakan variabel independen pada penelitian ini adalah lebih dari 2.

#### 3.5.5 Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Menurut Sujarweni (2015 : 161) “Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).”

##### 1) Kesimpulan

###### Cara 1

Jika  $\text{Sig} > 0,05$ , artinya tidak ada pengaruh

Jika  $\text{Sig} < 0,05$ , artinya berpengaruh

Cara 2

Jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , artinya tidak ada pengaruh

Jika  $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , artinya berpengaruh

T tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi  $0,05/2 = 0,025$ .

Dengan  $DF = N - K$ , dimana N adalah jumlah responden dan K adalah jumlah variabel penelitian.

#### **b. Uji F**

Menurut Sujarweni (2015 : 162) “Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara bersama sama terhadap variabel tidak bebas (Y) yaitu kepuasan konsumen.”

##### 1) Kesimpulan

Cara 1

Jika  $\text{Sig} > 0,05$ , artinya tidak ada pengaruh

Jika  $\text{Sig} < 0,05$ , artinya berpengaruh

Cara 2

$F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , artinya tidak ada pengaruh

$F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , artinya berpengaruh

F tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat sig 0,05. Dengan rumus sebagai berikut :

$$DF1 = k - 1$$

$$DF2 = N - k - 1$$

Dimana K adalah jumlah variabel penelitian, dan N dalah jumlah responden.

### c. Uji Dominan

Untuk melihat variabel mana yang berpengaruh lebih dominan, maka dapat dilihat berdasarkan uji thitung dari hasil pengujian parsial. Variabel dependen (X) yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen (Y) adalah variabel yang memiliki *Standardized Coefficients Beta* lebih besar dari yang lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Septy dkk (2021 : 284) bahwa untuk melihat pengaruh yang lebih dominan dapat dilihat pada nilai *Standardized Coefficients Beta*.