

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menghasilkan temuan yang dicapai dengan menggunakan prosedur statistik, dimana hubungan atau relasi antar variabel yang akan dianalisis secara objektif. Dan metode kuantitatif yang digunakan metode eksperimen yaitu suatu metode untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* dalam kondisi yang terkendalikan dan cara mengumpulkan data dan informasi untuk memperoleh fakta-fakta dan keterangan mengenai keputusan pembelian pada Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan dari responden dengan menggunakan kuisioner .<sup>1</sup>

Dalam pendekatan kuantitatif peneliti melakukan suatu rangkaian penelitian yang berawal dari sejumlah teori dan kemudian disimpulkan menjadi suatu hipotesa dan asumsi-asumsi suatu kerangka pemikiran yang terjabarkan dalam sebuah model analisis yang terdiri dari variabel-variabel yang akan mengarah kepada operasionalisasi konsep.<sup>2</sup> Penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif klausal, yaitu penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) .<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Sugiono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: ALFABETA, 2016), hal .24

<sup>2</sup>Widodo. *Metodologi Penelitian : Populer & Praktis*. (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2017), hal. 68

<sup>3</sup>Sugiono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*,..., hal.42

## **B. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan Tulungagung.

### **2. Sampel Penelitian**

Adalah sebagian populasi yang dikarakteristikan dan akan diselidiki yang dapat mewakili keseluruhan populasi. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>5</sup> Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup>Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Konsep dan Penerapan)*, ( Jakarta : Alim's Publishing Jakarta, 2017), hal.154.

<sup>5</sup>Sugiono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*,...hal.62-64.

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta,2015), hal. 121

Dalam penelitian ini, jumlah konsumen Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan Tulungagung pada bulan September 2018 sebanyak 1.410 konsumen. Maka, rumus yang digunakan untuk menentukan besar jumlahnya sampel dengan menggunakan rumus *Slovin* yaitu: <sup>7</sup>

$$n = \frac{N}{1Ne^2}$$

Dimana :

n : Sampel

N : Populasi

e : Perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel di Toko Al-Barokah dapat dihitung dengan rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1410}{1+1410 (0,1)^2}$$

$$= \frac{1410}{1+1410 (0,01)}$$

$$= \frac{1410}{14.11}$$

$$= 99,9 \text{ dibulatkan } 100$$

Jadi, jumlah sampel di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan Tulungagung sebanyak 100 responden.

---

<sup>7</sup> Syofian Siregar, “ *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*”, (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri,2013), hal.34

## C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber subyek dari tempat mana sumber itu bisa di dapatkan atau darimana data itu diperoleh.<sup>8</sup>Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Yakni yang diperoleh langsung dari pedagang dan konsumen di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan Tulungagung dengan menyebar angket atau kuesioner.

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang di peroleh dari data primer ini harus diolah lagi.<sup>9</sup> Sumber data ini adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung kepada responden dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen di Toko AL-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan.

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku buku sebagai teori dan klain sebagainya.<sup>10</sup>Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi.

---

<sup>8</sup>Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Konsep dan Penerapan)*,...hal. 72

<sup>9</sup>V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. (Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS, 2014), hal. 73-74

<sup>10</sup>*Ibid*,...hal.74

## 2. Variabel

Variabel –variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut variabel bebas, predictor, stimulus, eksogen atau *antecedent*.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan *word of mouth* (X4).

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain yang mempengaruhi (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah Kepuasan Pembelian pada Toko Al–Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan Tulungagung

## 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Pengukuran merupakan aturan-aturan pemberian angka untuk berbagai objek sedemikian rupa sehingga angka ini mewakili kualitas atribut. Skala pengukuran merupakan acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi memperoleh hasil data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan merupakan skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan perspektif seseorang atau kelompok tentang suatu gejala atau fenomena

---

<sup>11</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri,2013), hal. 10

sosial. Fenomenal sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Untuk mengukur skor sebagai berikut :

- a. SS : Sangat Setuju diberi skor 5
- b. S : Setuju diberi skor 4
- c. N : Netral diberi skor 3
- d. TS : Tidak Setuju diberi skor 2
- e. STS : Sangat Tidak Setuju di beri skor 1

#### **4. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang dilakukan dalam memperoleh serta dalam mnggumpulkan data dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif yang berupa data yang diolah dengan statistik dan berbentuk angka, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Metode Angket atau Kuesioner.

Metode angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Sugiono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*,...hal.72.

#### b. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

#### c. Metode Dokumentasi

Pada teknik ini, peneliti dimungkinkan mendapat informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat. Pengumpulan data berupa data-data sekunder yang berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan Tulungagung.

### **2. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur, observasi, atau dokumentasi yang dapat menghasilkan data kuantitatif. Instrumen penelitian bertujuan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan begitu jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Dalam instrumen – instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan, tetapi masih ada yang harus dibuat oleh peneliti sendiri.<sup>13</sup>

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran, Terdapat bermacam-macam skala pengukuran antara lain adalah skala *Liker*, *Guttman*, *Semantic Differential*, *Rating Skill*,

---

<sup>13</sup>*Ibid*,...hal.73

Thurstone.<sup>14</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket yang menggunakan model skala likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.<sup>15</sup>

Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuesioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrument penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1  
Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan Item</b>
Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i>	a. Toko Al–Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan memiliki tempat yang nyaman.
	<i>Responsive</i>	b. Pelayanan yang diberikan oleh penjual Toko Al–Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan sigap dan tanggap .
	<i>Assurance</i>	c. Waktu yang diperlukan dalam membuat pesanan cepat .
	<i>Reliability</i>	d. Penjual di Toko Al–Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan berbicara dengan sopan dan ramah kepada konsumen.
	<i>Empathy</i>	e. Penjual memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen

<sup>14</sup>*Ibid*,...hal.73

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*(Bandung : Penerbit Alfabeta,2013), hal. 93



Harga	Keterjangkauan Harga	a. Harga Fashion di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan tergolong murah (terjangkau)
		b. Harga Fashion di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan bervariasi
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	c. Harga Fashion di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
		d. Harga Fashion yang ditetapkan Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan menjadi alasan untuk berkunjung kembali
	Harga Bersaing	e. Harga Fashion di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan dapat bersaing dengan toko Fashion lainnya
Lokasi	<i>Parking</i>	a. Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan memiliki tempat parkir yang dekat, dan aman.
	<i>Accesibility</i>	b. Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan terletak di jalan raya utama sehingga mudah dijangkau oleh transportasi umum
	<i>Place</i>	c. Letak Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan terletak di pusat perbelanjaan yang dekat dengan pusat keramaian atau permukiman warga.
	<i>Visibility</i>	d. Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan memiliki lokasi yang banyak dilalui alat transportasi.
	<i>Infrastructure</i>	e. Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan memiliki kondisi bangunan yang baik & terdapat CCTV.
<i>Word Of Mouth</i>	Merekomendasikan	a. Saya merekomendasikan orang lain untuk belanja di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan
		b. Saya mendapat rekomendasi dari orang lain untuk mencoba belanja di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan
	Mengajak	c. Saya mengajak keluarga, orang terdekat ataupun teman untuk

		belanja di Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan.
	Menceritakan	d. Saya mendengar pengalaman positif dari orang lain tentang Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan. e. Saya mendengar promosi dari orang lain tentang Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan.
Kepuasan Pembelian Konsumen	Menciptakan Citra Merek	a. Saya merasa puas dengan pelayanan yang sigap, keterjangkauan harga, dan kesesuaian kualitas <i>brand</i> yang ditetapkan oleh Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan . b. Saya merasa puas dengan harga yang ditetapkan bervariasi, pelayanan yang cepat dan tampilan fashion yang menarik pada Toko Al-Barokah Fashion Fashion Panjerejo Rejotangan
	<i>Re - purchase</i>	c. Saya merasa puas dan berniat akan berkunjung kembali pada Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan.
	Menciptakan <i>word of mouth</i>	d. Saya merasa puas dengan pelayanan, harga, keterjangkauan lokasi dan akan menyarankan teman / kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
	Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama	e. Saya merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang pada Toko Al-Barokah Fashion Panjerejo Rejotangan.

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2019

## **5. Analisis Data**

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka atau perhitungan dan pengukuran di analisa dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

### **1. Uji Keabsahan Data**

#### **a. Uji Validitas Data**

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat untuk mengukur uji validitas jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. <sup>16</sup>Validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap instrumen benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.<sup>17</sup> Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

---

<sup>16</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri,2013), hal. 46

<sup>17</sup>*Ibid*,...hal.55

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

## 2. Uji Asumsi Klasik (Uji Pra Regresi)

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan beberapa uji sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variable *dependen*, *independen*, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Regresi yang baik seharusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Medeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji Kalmogorov – Smirnov.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Husain Umar, “Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua”, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal.181

### b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adakorelasi antar variabel bebas (*variable independen*). Jika hal ini sampai terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas manayang dapat mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel *independen* terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. untuk mendeteksi adanya multikolonieritas, jika nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.<sup>19</sup>

### c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Tidak boleh adanya data penyebaran titik-titik yang membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.<sup>20</sup>

Untuk memperkuat tidak terjadinya heterokedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji

---

<sup>19</sup> Agus Eko Sujianto, “*Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*”,(Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 79

<sup>20</sup> Sujarweni Wiratna, “*SPSS untuk Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2014), hal.186-187

glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel *independen* ( $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$ ) terhadap satu variabel *dependen* (Y) dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel *independen*.<sup>21</sup> Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Keterangan :

$Y_1$  = Variabel Kepuasan Konsumen

$a$  = Bilangan Konstanta

$b_1$  = Koefisiensi Variabel

$e$  = Error

$X_1$  = Variabel Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Variabel Harga

$X_3$  = Variabel Lokasi

$X_4$  = Variabel *Word Of Mouth*

---

<sup>21</sup>Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. (Yogyakarta : Pustakabaru Press, 2015), hal.159.

#### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah terkumpul. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan  $\alpha = 5\%$ . Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independen* secara bersama-sama/ simultan terhadap variabel *dependen* menggunakan uji anova. Sedangkan untuk pengaruh masing-masing variabel *independen* secara parsial atau individu diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

##### a. Uji-t

Uji-t merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang menyakinkan dari dua mean sampel. <sup>22</sup>Apabila masing-masing variabel bebas, yaitu: Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* lebih besar dari hitung maka variabel bebas tersebut secara individu atau parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian konsumen). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H<sub>0</sub> = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H<sub>1</sub> = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

---

<sup>22</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik Dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm.146

Jika signifikan nilai  $t < 0,05$ , maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai  $t > 0,05$ , maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima  $H_0$  tolak  $H_1$ .

#### b. Uji-F

Uji-F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas (Kualitas pelayanan, harga, lokasi, *word of mouth*) terhadap variabel terikat (kepuasan pembelian konsumen). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

$H_0$  = secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  = secara bersama-sama ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai F-hitung  $< 0,05$ , maka ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai F-hitung  $> 0,05$ , maka tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima  $H_0$  tolak  $H_1$ .

#### 5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel *independen* (kualitas pelayanan,



harga, lokasi dan *word of mouth*) terhadap variabel *dependen* (kepuasan pembelian konsumen). Apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, maka yang digunakan adalah *R square*. Namun apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.