

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif (data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan).<sup>42</sup> Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).<sup>43</sup> Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mendapatkan sebuah fakta atau kebenaran serta menguji teori-teori yang muncul atas munculnya suatu fenomena atau masalah. Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistic guna menunjukkan pengaruh harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan

---

<sup>42</sup> Rohmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta Timur : Alim's Publishing, 2017),hal.14

<sup>43</sup> *Ibid.*, hal. 19

yang tertinggi apabila dibandingkan dengan penelitian deskriptif komparatif. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala<sup>46</sup> Dalam judul penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menjelaskan apakah ada pengaruh harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

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

### **1. Populasi Penelitian**

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.<sup>47</sup> Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung dengan jumlah 6000 konsumen tiap bulan.

Jika data diambil dari populasi, maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga dalam penelitian ini terlalu mahal. Alternative agar data yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi, maka dalam penelitian sering dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi, tetapi cukup mewakili.

---

<sup>46</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*,(Bandung: Alfabeta,2015), hal. 11

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung: Alfa Beta, 2015),hal.119

## 2. Sampel dan Sampling Penelitian

Begitu banyaknya populasi dalam penelitian ini, untuk mempermudah pengumpulan data perlu dilakukan pengambilan sampel penelitian. 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 tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.<sup>48</sup> Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling dengan menggunakan simple random sampling. Ciri utama sampling ini ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Dalam penelitian ini, jumlah konsumen NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung sebanyak 6000 konsumen selama satu bulan. Rumus yang digunakan untuk menentukan besar jumlahnya sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. . . . . ,hal.81

Dimana:

$n$ =sampel

$N$ = populasi

$e$ = perkiraan tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini, jumlah sampel di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung dari rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{6000}{1 + 6000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6000}{61}$$

$$n = 98,36$$

Jadi jumlah sampel di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung sebanyak 98 responden.

## C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

#### a. Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik secara kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta. Atau data dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.

b. Sumber data

Sumber data penelitian adalah sumber subyek dari tempat mana sumber itu bisa di dapatkan atau darimana data itu diperoleh.<sup>49</sup> Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Yakni yang diperoleh langsung dari pedagang dan konsumen di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

c. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. 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 NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

d. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi

---

<sup>49</sup> Rokhmat Subagiyo. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta Timur : Alim's Publishing, 2017), hal. 72

tentang apa yang diharapkan peneliti dan ditarik kesimpulannya.<sup>50</sup> Maka variable yang diukur dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (*independent variable*)

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>51</sup> Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah harga (X1), kualitas pelayanan (X2), kelengkapan produk (X3) dan lokasi (X4).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah Kepuasan Konsumen Pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.

Dalam peneltian ini variabel yang digunakan adalah variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi oleh variabel terikat. Variabel terikat dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen Variabel bebas dari penelitian ini adalah harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi.

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, hal. 32

<sup>51</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri,2013), hal. 10

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Fenomenal sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Untuk mengukur skor skala likert ini 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

## D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Metode angket atau kuesioner

Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>52</sup>

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.

## 2. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para konsumen yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur sama. Instrumen penelitian dapat dikatakan sebagai alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>53</sup> Instrumen penelitian akan menghasilkan data empiris dengan baik, telah teruji validitas dan realibilitasnya. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

---

<sup>52</sup> Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta:PT. Indeks,,2009),hal.142

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* ....., hal. 148

Tabel 3.1

## Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Harga	Keterjangkauan harga	a. Harga produk di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung tergolong murah (terjangkau)
		b. Harga produk di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung bervariasi
	Harga bersaing	c. Harga produk di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung dapat bersaing dengan toko lainnya
	Kesesuaian harga dengan kualitas	d. Harga produk di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
		e. Harga produk yang ditetapkan NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung menjadi alasan untuk berkunjung kembali
Kualitas pelayanan	<i>Responsive</i>	a. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung sigap

		dan tanggap
	<i>Assurance</i>	b. Waktu yang diperlukan dalam melayani cepat
	<i>Tangible</i>	c. NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung memiliki tempat yang nyaman
	<i>Reliability</i>	d. karyawan di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung berbicara dengan sopan dan ramah kepada konsumen
	<i>Empathy</i>	e. karyawan di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen
Kelengkapan produk	Keragaman produk yang dijual	a. produk yang ditawarkan oleh NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung bervariasi atau bermacam macam
		b. produk yang dibutuhkan pelanggan selalu ada di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung
	Variasi produk yang dijual	c. kebebasan konsumen untuk memilih ukuran produk di

		NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung sesuai dengan yang dibutuhkan
	Ketersediaan produk yang dijual	d. ketersediaan stock produk di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung yang mencukupi terhadap permintaan konsumen
	Macam merk yang tersedia	e. terdapat berbagai macam pilihan merk pada produk sejenis tersedia di NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung
Lokasi	Akses	a. Lokasi NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung mudah di jangkau sarana transportasi dari segala arah
	Visibilitas	b. NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung memiliki ciri khas yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan raya
	Lalu lintas	c. Lokasi NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung berada di dekat pusat keramaian
	Tempat parkir	d. NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung mempunyai lahan parkir yang luas dan bisa

		menampung banyak kendaraan pelanggan
	persaingan	e. Tidak terlihat pesaing yang menjual produk yang sama di sekitar lokasi NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung
Kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga</li> <li>• Kualitas pelayanan</li> <li>• Kelengkapan produk</li> <li>• lokasi</li> </ul>	<p>a. Saya merasa puas dengan harga yang terjangkau, pelayanan yang sigap dan produk yang ditawarkan bermacam-macam</p> <p>b. Saya merasa puas dengan harga yang ditetapkan, dengan pelayanan yang cepat dan lokasi yang mudah dijangkau</p> <p>c. Saya merasa puas dengan harga yang ekonomis, tempat yang nyaman dan produk yang bervariasi</p> <p>d. Saya merasa puas dengan kelengkapan produk yang dijual, keramahan karyawan serta tempat parkir yang luas</p> <p>e. Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan sesuai dengan harga, kesungguhan karyawan</p>

		dalam merespon serta produk yang lengkap.
--	--	---

Sumber: diolah oleh peneliti, 2019

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan usaha atau upaya data-data yang tersedia dan selanjutnya diolah dengan bantuan *instrument statistic* dalam menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian. 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 Validitas

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat untuk mengukur uji validitas jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ .<sup>54</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  $r \text{ hitung}$  lebih besar dari  $r \text{ tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah sebagai berikut:

---

<sup>54</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri,2013), hal. 46

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  : koefisien korelasi variabel x dan y

$N$  : banyaknya subjek uji coba

$\sum Y$  : jumlah skor total

$\sum X$  : jumlah skor tiap item

$\sum X^2$  : jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$  : jumlah kuadrat skor total

$\sum XY^2$  : jumlah perkalian skor item dengan skor total

## 2. 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>55</sup>

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :<sup>56</sup>

- 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

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

<sup>56</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* ,(Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 97

- 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

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusikan secara normal. . Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi SPSS 16.0 dengan asumsi sebagai berikut :

$H_0$  = Data tidak berdistribusi normal.

$H_1$  = Data berdistribusi normal.

Dengan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Terima  $H_1$  jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan tolak  $H_0$  jika nilai signifikansi  $< 0,05$ .

### 4. Uji Asumsi Klasik

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

#### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Uji multikolinearitas Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar

variabel bebas (independen). Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.<sup>57</sup>

b. 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. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.<sup>58</sup>

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

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, hal. 79

<sup>58</sup> Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 186-187

Uji 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 terjadi masalah hesterokedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Setelah data penelitian berupa jawaban responden yang dibagikan selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = *variable dependen* (kepuasan konsumen)

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = koefisien korelasi ganda

X<sub>1</sub> = *variable independen* (harga)

X<sub>2</sub> = *variable independen* (kualitas pelayanan)

X<sub>3</sub> = *variable independen* (kelengkapan produk)

X<sub>4</sub> = *variable independen* (lokasi)

e = *error of term*

## 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur untuk menguji jawaban sementara dari suatu fenomena. Hipotesis merupakan hasil akhir dari proses berpikir deduktif (logika deduktif). Logika deduktif adalah menganut asas koherensi, mengingat premis merupakan informasi yang bersumber dari pernyataan yang telah teruji kebenarannya, maka hipotesis yang dirumuskan akan mempunyai derajat kebenaran yang tidak jauh berada dengan premis.

### a. Uji-t

Uji-t merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang menyakinkan dari dua mean sampel. Apabila masing-masing variabel bebas, yaitu: harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi lebih besar dari hitung maka variabel bebas tersebut secara individu atau parsial memiliki pengaruh terhadap variabel *dependen* (kepuasan konsumen). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

$H_0$  = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai  $t < 0,05$ , maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak  $H_0$  64 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 bersamaan atau simultan antara variabel bebas (harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi) terhadap variabel terikat (kepuasan 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  $H_1$ .

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*.<sup>59</sup>

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari perhitungan hasil regresi linear berganda

---

<sup>59</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*, Ed. 7, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal. 83-85

menunjukkan seberapa variabel *dependen* bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Analisis untuk mengetahui seberapa besar berpengaruhnya variabel independen (harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi) terhadap variabel *dependen* (kepuasan konsumen) yang kemudian dinyatakan dengan  $R^2$ .

Sedangkan  $r^2$  untuk menyatakan koefisien determinasi parsial antara variabel *independen* (harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi) terhadap variabel *dependen* (kepuasan konsumen). Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh semua variabel *independen* terhadap nilai variabel *dependen*. Artinya semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel independen. Rumus uji koefisiensi determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

$r$  = koefisien korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan analisis uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan aplikasi SPSS 16.0.