

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena metode ini telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positifisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁵

Pemahaman yang muncul dikalangan pengembang, penelitian kuantitatif adalah peneliti dapat dengan sengaja mengadakan perubahan terhadap dunia sekitar dengan melakukan eksperimen. Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Teori-teori yang diajukan dijadikan sebagai standar untuk menyatakan sesuai tidaknya sebuah gejala yang terjadi, dan disinilah muncul istilah kebenaran etik, sebuah kebenaran berdasarkan pada teori yang diajukan peneliti.⁶⁶

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 11

⁶⁶ Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 19-20

Menurut Tanzeh pada bukunya pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.⁶⁷

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada strategi harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian asosiatif, dimana penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala.⁶⁸ Dalam judul penelitian kali ini, peneliti menjelaskan apakah harga dan promosi mempengaruhi kepuasan konsumen di CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir.

B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan. Populasi adalah tempat terjadinya

⁶⁷ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 99

⁶⁸ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, cet. XII, 2002) hal:27

masalah yang kita selidiki. Jadi populasi yaitu keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel akan diambil dari populasi. Populasi diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya. Namun jika populasinya terlalu luas atau banyak, maka hanya perlu mengambil sampel dari populasi yang telah didefinisikan. Populasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi ditentukan berdasarkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Pada populasi ini terdapat peristiwa atau masalah yang akan diteliti.
- b. Populasi itu dapat diidentifikasi ciri-cirinya.
- c. Besar kecilnya populasi tergantung pada kemampuan peneliti untuk menelitinya, makin besar makin baik.

Populasi ada dua, yaitu: 1. Populasi terhingga yaitu jumlah populasi yang jumlah anggotanya terbatas dan dapat dihitung. 2. Populasi tak terhingga yaitu bila jumlah anggotanya tak terbatas dan tidak bisa dihitung secara pasti.⁶⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir.

2. 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, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari

⁶⁹ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2010), hlm. 258

populasi tersebut. Syarat utama sampel ialah harus mewakili populasi. Oleh karena itu, semua ciri-ciri populasi harus diwakili dalam sampel. Sampel adalah bagian bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁷⁰

Jadi sampel adalah sebagian dari keseluruhan obyek atau subyek penelitian yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Pemilihan dan pengambilan sampel merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen CV AM Tour & Travel, yang populasi atau jumlah keseluruhan konsumen adalah 400. Penelitian dilakukan selama 1 bulan di kantor CV AM Tour & Travel, dan mendapatkan konsumen sebanyak 20 orang. Adapun pengambilan sampel pada penelitian ini responden yang bisa ditemui. Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:⁷¹

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

Dimana:

n = Sampel

N = Populasi

⁷⁰ Sukudin dan Mundir, *Metode Penelitian Membimbing Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*, (Surabaya: Insan Cendikia, 2005), hlm. 81

⁷¹ Asep Saepul Hamdi dan E. Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2014, cet. 1),hal. 46

e = Perkiraan tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini, jumlah sampel CV AM Tour & Travel dari rumus *Slovin* adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{400}{1+400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1+400(0,01)}$$

$$n = \frac{400}{1+4}$$

$$n = \frac{400}{5}$$

$$n = 80$$

Dalam penelitian ini, presentase yang digunakan sebesar 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah perhitungan dari jumlah populasi 400 konsumen maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) yaitu 80 responden.

3. Teknik Sampling Penelitian

Dalam penelitian ini teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar mewakili populasi.⁷² Teknik pengambilan sampel pada penelitian yaitu

⁷²*Ibid*, Hlm. 152

menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan sampling random sederhana (*simple random sampling*). Ciri utama sampling ini ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.⁷³ Pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁷⁴

C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan jawaban-jawaban responden atas kuesioner, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Sumber data ada dua, yaitu:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung yang diambil dari objek penelitian dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab. Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisisioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain.

⁷³ Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian...*, Hlm. 45

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.....*Hlm. 74

Biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.⁷⁵

2. Variabel

Variabel penelitian adalah objek yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dicari informasinya dengan tujuan untuk ditarik suatu kesimpulan. Akan tetapi secara teori, definisi variabel penelitian adalah merupakan suatu obyek, atau sifat, atau atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan lainnya yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya

Menurut Hatch dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.⁷⁶ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah

⁷⁵Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm.2

⁷⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011 cet 14), hlm.38

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Menurut kamus besar bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Puguh Suharso juga menyebutkan independet variabel atau variabel bebas (X) atau variabel *predictor*, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan positif dan negatif.⁷⁷ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X₁) dan Promosi (X₂).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷⁸ Pendapat lain menyatakan variabel terikat atau disebut juga variabel kriteria, menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran penelitian.⁷⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan 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

⁷⁷ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 36.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian..... Ibid*, hlm. 39.

⁷⁹ *Ibid.*, hal. 92

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Untuk pemberian skor skala *Likert* ini sebagai berikut:⁸⁰

- a. Sangat Sejutu (SS) diberi skor 5.
- b. Setuju (S) diberi skor 4.
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3.
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan. Untuk mendapatkan data yang akurat, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

⁸⁰ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis....*, hlm. 135-136

b. Kuisisioner/angket

Kuisisioner/angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung, (melalui pos atau perantara)⁸¹. Sebagian besar riset pemasaran menggunakan bentuk-bentuk kuisisioner, baik melalui pos, wawancara langsung, via telepon maupun via email dan mesin faximile⁸². Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner tertutup. sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan yang disusun dalam daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda *check* (v) pada kolom yang sesuai. Kuisisioner ini bisa disebut dengan kuisisioner bentuk *check list*. Jadi kuisisioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam. Dokumen ini dibagi menjadi dua yaitu dokumen resmi dan dokumen pribadi.⁸³ Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen yang dikelola oleh pemilik rental mobil CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir Tulungagung dimana berupa data-data mengenai data harga sewa dan data konsumen.

⁸¹ Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), Hlm. 60

⁸² Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 71

⁸³*Ibid*, Hlm. 21

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrumen penelitian ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reabilitas harus diperhatikan sungguh-sungguh.⁸⁴ Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Selanjutnya dari variabel-variabel tersebut ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner/angket yang menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁸⁵

Menurut Suharsimi Arikunto ada beberapa instrumen yang namanya sama dengan metodenya, antara lain adalah:⁸⁶

1. Instrumen untuk metode tes adalah tes atau soal tes
2. Instrumen untuk metode angket atau kuesioner adalah angket atau kuesioner
3. Instrumen untuk metode observasi adalah cek – list
4. Instrumen untuk metode observasi adalah pedoman observasi atau dapat juga cek – list.

⁸⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2000), Hlm. 123

⁸⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian kuantitatif: dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS edisi pertama*. (Jakarta: PT. Fajar Interpratama. 2013) hlm.25

⁸⁶ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*, hal 204

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

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
<i>Price</i> (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian harga dengan kualitas mobil dan kualitas pelayanan yang diberikan b. Kesesuaian tingkat harga yang dapat dijangkau oleh ekonomi masyarakat. c. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan perusahaan travel lain d. Kesesuaian harga dengan waktu dan tujuan konsumen e. Diskon atau potongan harga mampu mempengaruhi pengambilan keputusan 	Kotler dan Keller, 2007. <i>Manajemen Pemasaran</i> , Edisi 12, Jilid 1, Jakarta : PT. Indeks.
<i>Promotion</i> (X ₃)	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan b. Promosi Penjualan c. Personal selling d. Publisitas 	Winardi, 2003, <i>Entrepreneur dan Entrepreneurship</i> , Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
Kepuasan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian Harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasi d. Nyaman dan Tidak ada Keluhan 	Fandy Tjipjono. 2004. <i>Manajemen Jasa</i> . Yogyakarta: Andi Offset

E. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metakulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁸⁷

Jadi menganalisis data dalam penelitian kuantitatif berarti proses mensistematiskan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami dan agar supaya bisa menyajikan apa yang didapatkan pada orang lain. Tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah mencari makna di balik data, melalui pengakuan subyek pelakunya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Kualitas Data

Dalam hal ini ada dua yang pengujian yang digunakan dalam pengujian kualitas data, yaitu :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut . Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total

⁸⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Hal. 199

adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.⁸⁸ Jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka item dapat dinyatakan valid jika $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, kemudian kuesioner juga perlu diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.⁸⁹ Digunakan 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.

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.⁹⁰ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1. Triton mengemukakan bahwa skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable

⁸⁸ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), Hal. 51

⁸⁹ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 132

⁹⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya 2009) Hal. 97

2. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable
3. Nilai alpha cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable
4. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d. 0,80 berarti reliable
5. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliable

c. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji Asumsi Klasik terdiri dari :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software *IBM SPSS Statistics 20* dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Pendeteksian normalitas data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Komlogorov-Smirnov . Ketentuan pengujian ini adalah:jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* (α) maka data berdistribusi normal. Jika nilai *Sig.* atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal (simetris).⁹¹Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$

⁹¹ Ibid.,hlm.78

2. Uji *Multikolinieritas*

Uji *multikolinieritas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Untuk mendeteksi adanya *multikolinieritas*, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.⁹² VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar *multikolinieritas* meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa *multikolinieritas* telah menaikkan sedikit pada koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t. Hipotesa yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah :

Ho : Tidak ada *Multikolinieritas*

Ha : Ada *Multikolinieritas*

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

Jika $VIF > 10$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika $VIF < 10$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

⁹² Ibid., hlm.78

3. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas* yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model *regresi*. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model *regresi* terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*.

Model *regresi* yang baik adalah *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variable. Deteksi ada tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED*, dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di *standardized*. Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi *heteroskedastisitas*.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.⁹³ Analisis *regresi linier* berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu harga (X1), dan promosi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Persamaan umum regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_{1,2,.....} = Koefisien regresi

X₁ = Harga (*price*)

X₂ = Promosi (*promotion*)

e = *Error*

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing)

⁹³ Ibid., hlm 56.

tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta (data) yang ada.⁹⁴ Hipotesis juga sering dikatakan dengan jawaban sementara terhadap rumusalan masalah penelitian. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$

Pengujian hipotesa secara kuantitatif dapat dilakukan melalui analisa data secara statistika. Untuk itu hipotesa harus dirumuskan dalam bentuk hipotesa nol dan hipotesa alternatif. Dalam analisa data hasil perhitungan statistika hipotesa nol ditolak. Dengan demikian berarti hasil perhitungan statistika yang non signifikan mengharuskan hipotesa alternatif ditolak dan sebaliknya hipotesa nol diterima.⁹⁵

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (harga dan promosi) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

Ho diterima: apabila T dihitung $< T$ tabel, berarti bahwa harga dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen rental mobil CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir.

Ho tidak dapat diterima: apabila T dihitung $> T$ tabel, artinya harga dan promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen rental mobil CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir.

⁹⁴ J. Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), Hlm. 33

⁹⁵ Nawawi H. Hadari, Hadari, Nawawi H. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajdah Mada university Press. Hlm. 162

b. Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel harga dan promosi secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, yaitu kepuasan konsumen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen rental mobil CV AM Tour & Travel Domasan Kalidawir. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 = artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 = artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan :

H_0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda maka masing-masing variabel independen yaitu harga dan promosi secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen yang dinyatakan dengan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan r^2 untuk menyatakan koefisien determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen (dengan kata lain semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen). Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Angka dari R square didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel model *summary* kolom R square.