**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

###### Penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menguji dimensi pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *cross-sectional* karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain dan penelitian dilakukan pada waktu bersamaan.

1. **Populasi dan Sampel**
   1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 117). Maka menurut pendapat diatas dapat dipahami bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan menjadi obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo yang melakukan pembelian.

* 1. Sampel

Menurut Sugiyono (2019: 120) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. menurut Uma Sekaran (2018: 241) sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota yang di pilih dari populasi, dengan kata lain beberapa tapi tidak semua elemen populasi dari sampel. Sedangkan Arikunto (2020: 165) menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang di teliti. Maka menurut pendapat di atas dapat dipahami bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan menjadi obyek penelitian.

31

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling,* dimana sampel di ambil yang kebetulan di temui oleh peneliti dan cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019:60). Menurut Sugiyono (2019:42) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut dapat dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* yang artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka digunakan penentuan sampel sebaga berikut.

Dimana :

n = Ukuran sampel

Z = Skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,100

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 9%

Maka jumlah sampel adalah

Berdasarkan perhitungan, maka pengambilan sampel sebanyak 100 responden.

* 1. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel adalah suatu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2019: 45). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan kepada pelanggan PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo dengan menggunakan teknik sampling aksidental sampling. Sampel ditentukan dengan metode aksidental sampling dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019: 46), maka kriteria dalam memilih sampel dalam penelitian ini adalah responden memiliki kriteria berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentang usia dari 20 – 70 tahun, dan memiliki rata-rata pendapatan kurang lebih 2 sampai 8 juta.

1. **Data dan Sumber Data**

Definisi data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan pada lokasi penelitian (Arikunto, 2020: 86). Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

* + - * 1. Data primer, dalam penelitian ini data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden dengan melakukan penyebaran kuisioner yang diberikan kepada konsumen PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.
        2. Data sekunder, dalam penelitian ini data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yaitu berbagai literatur baik berupa artikel dan literatur tentang jurnal-jurnal, artikel, buku, dan data dari *website* yang terkait dengan penelitian ini.

1. **Tehnik Pengumpulan Data**

Menentukan alat pengumpul data yang tepat sangatlah penting, karena hal tersebut akan menentukan baik dan buruknya suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan suatu usaha unuk memperoleh keterangan atau fakta yang benar-benar nyata dan dapat dipertanggung jawabkan. Sumber data dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.

* 1. Observasi

Kegiatan observasi ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung di toko PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.

* 1. Metode Angket

Penelitian ini tentang pengaruh responsiveness, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo, oleh karena itu metode yang akan digunakan dalam pengambilan data ialah berupa kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2019:167) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

Penyusunan angket pada penelitian terdiri dua jenis pernyataan yaitu pernyataan positif (+) dan pernyataan dalam bentuk negatif (-). Jenis skala yang digunakan adalah jenis skala likert. Pada skala pengukuran ini, maka akan diperoleh nilai dari setiap variabel yang diukur dengan angket yang digunakan sebagai pengumpul data. Penggunaan skala *likert* maka jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2009: 68). Teknik pensekoran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel. III.1

Kategori Jawaban dan Cara Penskoran Angket

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pernyataan Positif | Nilai | No. | Pernyataan Negatif | Nilai |
| 1. | Sangat sesuai | 5 | 1. | Sangat Tidak Sesuai | 5 |
| 2.  3. | Sesuai  Cukup sesuai | 4  3 | 2.  3. | Tidak sesuai  Cukup sesuai | 4  3 |
| 4. | Tidak sesuai | 2 | 4. | Sesuai | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Sesuai | 1 | 5. | Sangat sesuai | 1 |

Penyusunan Instrumen penelitian terdapat beberapa tahapan atau prosedur yang harus ditempuh. Menurut Arikunto (2020:175) Prosedur yang ditempuh adalah perencanaan, penulisan butir soal, penyuntingan uji coba, analisis hasil, revisi, dan instrumen jadi. Sedangkan dalam penelitian ini tahapan yang ditempuh peneliti dalam penyusunan instrunen yaitu : (1) penyusunan angket, penyusunan ini berlandaskan teori yang sudah ada, yang kemudian akan disusun menjadi kisi- kisi dan akan dikomunikasikan dengan ahli untuk dibuat instrumen; (2) melaksanakan uji coba instrumen, dengan menggunakan responden yang telah dipilih sebagai uji coba instrumen; (3) dari hasil uji coba, instrumen yang tidak valid tidak diikutkan ke dalam bagian instrumen; (4) instrumen sudah bisa digunakan untuk penelitian.

* 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan tujuan untuk mengetahui berbagai pengetahuan atau teori-teori yang berpengaruh dengan permasalahan yang ada pada penelitian, diantaranya berasal dari buku, majalah, jurnal, maupun berbagi litelatur yang relevan dengan penelitian ini.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Dimensi Kualitas Pelayanan*,* dimensikualitas pelayanan jasa merupakan tingkat keunggulan *(excellence)* yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa : jasa yang diharapkan *(expected service)* dan jasa yang dipersepsikan *(perceived service)* (Parasuraman, *et al*., 2018). Implikasinya, baik buruknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 indikator dari Lupiyoadi (2018: 148) yang meliputi: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy.* Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Penjelasan dari indikator dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini sebagai berikut

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini disajikan dalam table dibawah ini.

Tabel III.2.

Definisi Operasional Variabel

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel** | **Definisi Operasional** | **Indikator** | **Kisi-kisi** |
| 1 | *Reliability* | Kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam pengerjaan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen Eiger Advanture Store Solo | Pelayanan dijanjikan akurat dan terpercaya  Kinerja sesuai dengan harapan  Tepat waktu  (Widodo, 2015) | * 1. Pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan   2. Karyawan melakukan pelayanan sesua yang diharapkan Pelanggan   3. Pelanggan mendapatkan pelayanan tepat waktu. |
| 2. | *Responsiveness* | Kemauan untuk membantu konsumen Eiger Advanture Store Solo dan memberikan jasa dengan segera. | 1. Tanggap 2. Tepat sesua kebutuhan 3. Penuh perhatian, cepat dan tepat (Kotler, 2016) | * + - 1. Karyawan tanggap dalam membantu Pelanggan.       2. Karyawan memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan kemauan pelanggan.       3. Karyawan memberikan perhatian penuh, cepat dan tepat kepada konsumen. |
| 3. | *Assurance* | Mencangkup keandalan atau jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberian jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa, dan kredibilitas di Eiger Advanture Store Solo. | 1. Kemampuan menyediakan jasa 2. Membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri 3. Keyakinan memenuhi kebutuhan konsumen   (Widodo, 2015). | 1. Pelanggan kemampuan perusahaan menyediakan jasa yang diperlukan. . 2. Pelanggan memiliki rasa percaya diri untuk melakukan pembelian 3. Pelanggan bekeyakinan perusahaan mampu memenuhi kebutuhannya. |
| 4. | *Empathy* | Empati mencangkup upaya-upaya imajinatif untuk mengenali kebutuhan konsumen Eiger Advanture Store Solo. | * + - 1. Perhatian secara individual pada konsumen       2. Kemudahan melakukan komunikasi       3. Memahami kebutuhan konsumen   (Santoso, 2019)*.* | * + - 1. Pelanggan memberikan perhatian secara individu.       2. Pelanggan berkomunikasi dengan baik       3. Karyawan mampu memahami kebutuhan Pelanggan. |
| 5 | *Tangible* | Mencangkup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisikal, peralatan, personel, dan material-material komunikasi konsumen Eiger Advanture Store Solo. | Eksistensi perusahaan  Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik  Keadaan lingkungan sekitar (Kotler, 2016). | * + - 1. Pelanggan menunjukkan eksistensi dengan baik.       2. Pelanggan merasa sarana dan prasanan yang ada di perusahaan sudah memadahi.       3. Pelanggan merasa kondisi lingkungan sekitar mendukung. |
| 6. | Kepuasan pelanggan | Persepsi terhadap kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan pada Eiger Advanture Store Solo | Kepuasan general atau keseluruhan  Konfirmasi harapan  Perbandingan dengan situasi ideal (Ula, 2016) | Pelanggan merasa puas pelayanan  Pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai harapan  Pelanggan merasakan pelayanan yang optimal |

1. **Uji Instrumen Penelitian** 
   1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada keusioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu (Sujarweni, 2018: 192). Rumus yang digunakan sebagai berikut.

r =

Keterangan:

rxy = korelasi antara item pertanyaan dan skor terhadap responden

N = Jumlah responden

= skor masing-masing item

= skor total

Perhitungan validitas dapat dilakukan menggunakan tata jenjang *Spearman (Rho)* yaitu pengukuran asosiasi usaha-usaha untuk mengukur hubungan antara dua hal, fenomena, keja dian atau lainnya dikenal sebagai mengukur asosiasi yaitu pengukuran antara dua fenomena atau kejadian.

Hasil uji validitas terhadap variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut:

* + - * 1. Validitas item pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel III.3.

Tabel III.3

Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (KP)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Pertanyaan | r hitung | r table | Keterangan |
| KK\_1  KK\_2  KK\_3 | 0,875  0,869  0,924 | 0,323  0,323  0,323 | Valid  Valid  Valid |

Sumber: Data yang diolah, Desember 2021.

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,323) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel III.3 menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

* + - * 1. Validitas item pertanyaan untuk variabel *Responsiveness*

Variabel responsiveness terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel III.4.

Tabel III.4

Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Responsiveness*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Pertanyaan | r hitung | r table | Keterangan |
| RS\_1  RS\_2  RS\_3 | 0,617  0,836  0,873 | 0,323  0,323  0,323 | Valid  Valid  Valid |

Sumber: Data yang diolah, Desember 2021.

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,323) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel III.4 menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

* + - * 1. Validitas item pertanyaan untuk variabel *Reliability*

Variabel diferensiasi produk terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel III.5.

Tabel III.5

Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Reliability*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Pertanyaan | r hitung | r table | Keterangan |
| RL\_1  RL\_2  RL\_3 | 0,819  0,922  0,884 | 0,323  0,323  0,323 | Valid  Valid  Valid |

Sumber: Data yang diolah, Desember 2021.

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,323) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel III.5 menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

* + - * 1. Validitas item pertanyaan untuk variabel *Assurance*

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel III.6.

Tabel III.6

Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Assurance*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Pertanyaan | r hitung | r table | Keterangan |
| AS\_1  AS\_2  AS\_3 | 0,751  0,900  0,901 | 0,323  0,323  0,323 | Valid  Valid  Valid |

Sumber : Data yang diolah, Desember 2021.

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,323) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel III.6 menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

* + - * 1. Validitas item pertanyaan untuk variabel *Emphaty*

Variabel diferensiasi produk terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel III.7.

Tabel III.7

Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Emphaty*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Pertanyaan | r hitung | r table | Keterangan |
| EM\_1  EM\_2  EM\_3 | 0,773  0,872  0,838 | 0,323  0,323  0,323 | Valid  Valid  Valid |

Sumber: Data yang diolah, Desember 2021.

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,323) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel III.7 menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

* + - * 1. Validitas item pertanyaan untuk variabel *Tangible*

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel III.8.

Tabel III.8

Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Tangible*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Pertanyaan | r hitung | r table | Keterangan |
| TG\_1  TG\_2  TG\_3 | 0,730  0,899  0,525 | 0,323  0,323  0,323 | Valid  Valid  Valid |

Sumber : Data yang diolah, Desember 2021.

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,323) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel III.8 menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

* 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkatan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Sujarweni, 2018:192).

Uji reliabilitas dalam memperoleh indeks reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Spearman-Brown,* suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha.* Suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih (Ghozali, 2019:52).

Hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat disajikan sebaga berikut.

Tabel III.9

Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | *Alpha Cronbach* | Kriteria | Keterangan |
| Kepuasan Pelanggan  *Responsiveness* *Reliability*  *Assurance*  *Emphaty*  *Tangible* | 0,725  0,815  0,859  0,845  0,751  0,793 | *Alpha Cronbach* ˃ 0,60 maka *reliabel* | Reliabel  Reliabel  Reliabel  Reliabel |

Sumber : Data yang diolah, Desember 2021.

Berdasarkan tabel III.9, maka dapat diketahui bahwa semua instrumen yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini reliabel sehingga intrumen ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

1. **Teknik Analisa Data**

Pengolahan dan analisa data dilakukan dengan computer menggunakan *software IBM SPSS Windows reliase 25.*0. Analisa data meliputi:

* + 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan mengetahui nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari variabel-variabel yang diteliti.

* + 1. Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi veriabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang tidak baik adalah distribusi data normal. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik non parametrik, yaitu dengan membuat Ho: data residual berdistribusi normal, dan Ha: data residual tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2019:123).

1. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual pada suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *rho-Spearman*, yaitu: (Sugiyono, 2019:200)

Keterangan:

ρ = Koefisien korelasi jenjang *Spearman*

d = Perbedaan antara pasangan jenjang

n = Jumlah pasangan.

1. Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah: ”Situasi adanya korelasi variabel- variabel bebas antara satu dengan yang lainnya, dalam hal ini variabel- variabel bebas tidak orthogonal”, selanjutnya tidak orthogonal disini maksudnya variabel bebas yang nilai korelasi diantara sesamanya sama dengan nol (Sugiyono, 2019:254).

Uji Multikolinearitas ini dilakukan sebagai syarat digunakannya analisis regresi ganda dan juga untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas. Toleransi variabel (*tolerance of variable*) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan multikolinearitas dalam persamaan regresi.

Toleransi variabel dihitung dengan 1-R2, di mana R adalah koefisien Multikolinearitas ketika suatu variabel indipenden diprediksi oleh variabel independen yang lain. Semua variabel harus mempunyai *tolerance* diatas 0.0001, ada cara lain untuk mengetahui Multilinearitas dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*), di mana VIF diperoleh dari:

atau

Pedoman model regresi yang bebas Multikoliniearitas yaitu mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1 dan mempunyai angka *tolerance* mendekati 1 (Singgih, 2018: 206). Multikolinearitas terjadi jika antara variabel bebas maka prasyarat uji regresi linier berganda tidak dapat dilanjutkan, sebaliknya jika tidak terjadi Multikolineritas maka uji regresi linier berganda dilanjutkan.

* + 1. Uji Hipotesis

Metode pengujian yang akan digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen (*responsivenes, reliable, assurance, empati, dan tangible*) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), digunakan rumus: (Ghozali, 2019: 175).

Y = a + β1X1 + β2X2 + β3X3+ β4X4+ β5X5

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

β1, β2, β3, β4, β5 : koefisien regresi masing-masing variabel

X1: *responsivenes*

X2 : *reliable*

X3 : *assurance*

X4 : *empati*

X5 : *tangible*

1. Uji Hipotesis
   * 1. Koefisien determinasi berganda (R2)

Analisis ini digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan variabel independen (*responsivenes, reliable, assurance, empati, dan tangible*) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) produk PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo dengan mengunakan koefisien determinasi (R2) (Sujarweni, 2018:160).

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir sama semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi biasa dinyatakan dalam bentuk prosentase (%).

* + 1. Uji t atau t test.

Uji t test ini digunakan untuk menguji nilai pengaruh variabel independen terhadap dependen secara *parsial* (individual). Nilai t hitung digunakan rumus (Sujarweni, 2018:68).

t hitung =

Kesimpulan :

Ho diterima apabila –t *tabel* ≤ t *hitung* < t *tabel*

Ho ditolak apabila t *hitung* > t *tabel* atau t *hitung* < -t *tabel*

Kurva:



- t hitung t hitung

Kurva 2. Uji t tes

* + 1. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh secara bersama antara *responsivenes, reliable, assurance, empati, dan tangible* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.

Test (uji) keberartian koefisien korelasi melalui pengujian hipotesis mengunakan rumus sebagai berikut (Sujarweni, 2018:92).

F =

Keterangan :

r2 = koefisien korelasi

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel

Formula hipotesis adalah:

Ho : β1 = β2 = β3 = 0, artinya tidak ada pengaruh variabel *responsivenes, reliable, assurance, empati, dan tangible* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Ho : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh variabel *responsivenes, reliable, assurance, empati, dan tangible* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Ho diterima apabila F hitung ≤ F tabel

Ho ditolak apabila F hitung > F tabel

Test (uji) keberartian koefisien korelasi dijelaskan demngan tabel penerimaan dan penolakan nilai F.



F tabel

Kurva 3. Uji t tes