

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah Jakarta dengan target responden yaitu konsumen yang menggunakan wifi rumah IndiHome. Penelitian ini dilaksanakan secara daring melalui *Google Form* dikarenakan kondisi dan keadaan yang tidak memungkinkan Peneliti untuk melakukannya secara langsung di lapangan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 6 (enam) bulan mulai dari bulan Januari 2021 sampai bulan Juni 2021. Waktu tersebut sesuai dengan jadwal dan peraturan yang telah ditetapkan dalam melakukan penelitian.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Metode

Menurut Sugiyono (2014, p. 3), metode penelitian adalah metode ilmiah untuk mengumpulkan data yang berguna untuk tujuan tertentu. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei. Dalam metode survei, Peneliti menanyakan kepada responden tentang keyakinan dan tindakan mereka. Menurut Sugiyono (2014, p. 81) metode survei

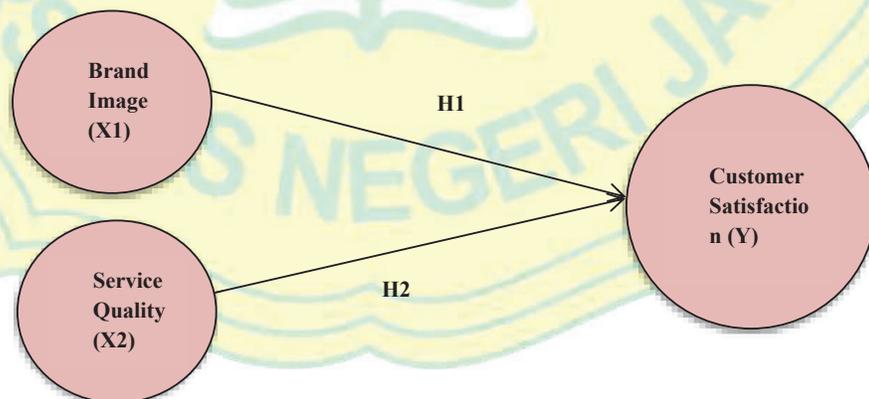
adalah salah satu metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan data tentang kepercayaan, perilaku, sifat, pendapat, variabel terkait di masa lalu atau sekarang, dan untuk menguji dan mengumpulkan data tentang hipotesis tertentu. Peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.2.2 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah disebutkan maka:

- H1** : Pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand image* dengan *customer satisfaction*.
- H2** : Pengaruh yang positif dan signifikan antara *service quality* dengan *customer satisfaction*.

Konstelasi pengaruh antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : *Brand Image*

Variabel Bebas (X_2) : *Service Quality*

Variabel Terikat (Y) : *Customer Satisfaction*

—————▶ : Arah Pengaruh

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian adalah wilayah yang ingin Peneliti teliti. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017, p. 90) populasi dalam bidang umum yang terdiri dari objek atau tema dengan sifat dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi untuk penelitian oleh Peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Saran di atas merupakan salah satu kriteria bagi Peneliti untuk mendefinisikan suatu populasi. Populasi yang digunakan untuk survei adalah pengguna wifi rumah IndiHome di wilayah DKI Jakarta.

3.3.2 Sampel

Menurut Suryani (2017, p. 192), sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti dan hasil survei tersebut digunakan untuk mewakili seluruh populasi. Oleh karena itu, sampel dapat direpresentasikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih oleh metode atau teknik tertentu untuk menyelidiki dan generalisasi ke populasi.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017, p. 111), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dari sampel penelitiannya, yaitu:

- 1) Konsumen yang berada di wilayah DKI Jakarta.
- 2) Menggunakan wifi rumah IndiHome.

Karena jumlah populasi untuk penelitian ini belum diketahui, oleh sebab itu Peneliti menggunakan aturan praktis (*rule of thumb*) untuk menentukan jumlah sampel yang sebanyak 200-500 sampel (Hair et al., 2010). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka besar sampel dalam penelitian ini adalah 250 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel yaitu *customer satisfaction* (Y), *brand image* (X₁), dan *service quality* (X₂), dan instrumen yang akan digunakan untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

3.4.1 Variabel *Dependent* (Variabel Y)

A. Definisi Konseptual

Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan adalah perasaan senang

atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

B. Definisi Operasional

Variabel *customer satisfaction* dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan lima indikator berdasarkan pernyataan Martiwi et al (2019) yaitu, (1) pilihan tepat; (2) kesesuaian harapan; (3) memenuhi semua harapan; (4) kepuasan fasilitas; (5) pengalaman

C. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang dipaparkan dalam bagian ini adalah kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *customer satisfaction* yang akan diuji cobakan. Penelitian ini memaparkan kisi-kisi dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen *Customer Satisfaction*

No	Indikator	Instrumen Penelitian
1	Pilihan tepat	Saya merasa wifi rumah IndiHome adalah pilihan yang tepat untuk penggunaan internet di rumah.
2 & 3	Kesesuaian harapan dan Memenuhi semua harapan	Saya merasa wifi rumah IndiHome telah memenuhi kebutuhan pelanggan atas jasa yang diberikan.
3	Kepuasan fasilitas	Secara keseluruhan saya merasa puas dengan wifi rumah IndiHome.
4	Pengalaman	Saya merasa wifi rumah IndiHome memberikan pengalaman terbaik saya dalam menggunakan internet saat di rumah. Menurut saya wifi rumah IndiHome memiliki kinerja yang tinggi.

Sumber: Martiwi et al (2019)

Untuk pengisian kuisioner, responden dapat memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang disajikan. Lima jawaban alternatif yang

digunakan disebut dengan *Skala Likert*. Pengukuran *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial Sugiyono (2017) Pengukuran dengan *Skala Likert* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban *Skala Likert*

No	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-ragu (RG)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017)

D. Validasi Instrumen *Customer Satisfaction*

Proses pengambilan instrumen *customer satisfaction* dimulai dengan mengadaptasi instrumen pada penelitian sebelumnya kemudian disusun menjadi bentuk kuesioner dengan menggunakan *Skala Likert* yang mengacu pada indikator variabel *customer satisfaction*. Dapat dilihat pada tabel 3.1 yang merupakan konsep instrumen dalam mengukur variabel *customer satisfaction*. Kemudian instrumen tersebut dikonsultasikan dengan dosen pembimbing, setelah instrumen telah disetujui kemudian instrumen tersebut akan diuji cobakan kepada 30 responden di wilayah DKI Jakarta yang sesuai dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebelumnya.

Proses validasi dilakukan analisis data dari hasil uji coba instrumen menggunakan koefisien korelasi antara butir skor dengan total skor

instrumen. Rumus yang dapat digunakan menurut Riduwan & Sunarto (2015) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara butir skor dan total skor
- N : Jumlah subyek penelitian
- $\sum x$: Jumlah butir skor
- $\sum y$: Jumlah total skor
- $\sum xy$: Jumlah perkalian antara butir skor dengan total skor
- $\sum x^2$: Jumlah kuadrat butir skor
- $\sum y^2$: Jumlah kuadrat total skor

Batas minimum dari pernyataan yang diterima yaitu $r_{tabel} = 0,361$.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa butir pertanyaan instrumen dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk mengukur variabel, dan mengakibatkan butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba dengan sebanyak lima pernyataan, maka memperoleh hasil sebesar 0,829 butir pertama, 0,716 butir kedua, 0,810 butir ketiga, 0,731 butir keempat, dan 0,488 butir kelima dengan r_{tabel}

sebesar 0,361. Jumlah $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian, menghitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut yang telah dikatakan valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir dan varian total. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{ii} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum s_i^2$: Jumlah varian skor butir
 st^2 : Varian skor total

Untuk memperoleh varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

- S_i^2 : Simpangan baku
 n : Jumlah populasi
 $\sum X_i^2$: Jumlah kuadrat data X
 $\sum X_i$: Jumlah data

Dari hasil perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba memperoleh hasil reabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* sebesar 0,762 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa instrumen yang berjumlah lima butir inilah yang akan digunakan sebagai uji instrumen final untuk mengukur variabel *customer satisfaction*.

3.4.2 Variabel *Independent* (Variabel X1)

A. Definisi Konseptual

Variabel bebas pertama (X_1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand image* atau citra merek. *Brand Image* adalah suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk atau jasa tertentu.

B. Definisi Operasional

Variabel *brand image* dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan tiga indikator berdasarkan pernyataan Pratiwi et al (2014) yaitu, (1) citra pembuat (*Coorporate Image*); (2) citra produk (*Product Image*); (3) citra pemakai (*User Image*).

C. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi intrumen yang dipaparkan dalam bagian ini adalah kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *brand image* yang akan diuji cobakan. Penelitian ini memamparkan kisi-kisi dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang

dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen *Brand Image*

No	Indikator	Instrumen Penelitian
1	Citra Pembuat (<i>Corporate Image</i>)	Menurut saya, perusahaan wifi rumah IndiHome merupakan provider wifi rumah yang sudah dikenal masyarakat sejak lama Menurut saya, citra perusahaan wifi rumah IndiHome terpercaya di mata umum. Menurut saya, logo wifi rumah IndiHome menarik dan dapat dengan mudah dikenali. Saya memilih wifi rumah IndiHome karena merupakan provider wifi milik BUMN. Wifi rumah IndiHome merupakan produk dari perusahaan yang besar dan terpercaya.
2	Citra produk (<i>Product Image</i>)	Saya memilih produk yang ditawarkan wifi rumah IndiHome karena sesuai dengan keinginan saya. Wifi rumah IndiHome memiliki kekuatan sinyal yang stabil dan berkualitas tinggi.
3	Citra pemakai (<i>User Image</i>)	Saya memilih wifi rumah IndiHome karena harga paket wifi rumah IndiHome bervariasi dan terjangkau. Saya memilih wifi rumah IndiHome karena memberikan manfaat yang terbukti atau dirasakan diberbagai kesempatan.

Sumber : Pratiwi et al (2014)

Untuk pengisian kuesioner, responden dapat memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang disajikan. Lima jawaban alternatif yang digunakan disebut dengan *Skala Likert*. Pengukuran *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial Sugiyono (2017). Pengukuran dengan *Skala Likert* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban *Skala Likert*

No	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-ragu (RG)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017)

D. Validasi Instrumen *Brand Image*

Proses pengambilan instrumen *brand image* dimulai dengan mengadaptasi instrumen pada penelitian sebelumnya kemudian disusun menjadi bentuk kuesioner dengan menggunakan *Skala Likert* yang mengacu pada indikator variabel *brand image*. Dapat dilihat pada tabel 3.3 yang merupakan konsep instrumen dalam mengukur variabel *brand image*. Kemudian instrumen tersebut dikonsultasikan dengan dosen pembimbing, setelah instrumen telah disetujui kemudian instrumen tersebut akan diuji cobakan kepada 30 responden di DKI Jakarta yang sesuai dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebelumnya.

Proses validasi dilakukan analisis data dari hasil uji coba instrumen menggunakan koefisien korelasi antara butir skor dengan total skor instrumen. Rumus yang dapat digunakan menurut Riduwan & Sunarto (2015) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara butir skor dan total skor
- N : Jumlah subyek penelitian
- $\sum x$: Jumlah butir skor
- $\sum y$: Jumlah total skor
- $\sum xy$: Jumlah perkalian antara butir skor dengan total skor
- $\sum x^2$: Jumlah kuadrat butir skor
- $\sum y^2$: Jumlah kuadrat total skor

Batas minimum dari pernyataan yang diterima yaitu $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa butir pertanyaan instrumen dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk mengukur variabel, dan mengakibatkan butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan atau harus di-drop.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba dengan sebanyak sembilan pernyataan, maka memperoleh hasil sebesar 0,754 butir pertama, 0,759 butir kedua, 0,738 butir ketiga, 0,446 butir keempat, 0,482 butir kelima, 0,503 butir keenam, 0,505 butir ketujuh, 0,601 butir kedelapan, dan 0,694 butir kesembilan dengan r_{tabel} sebesar 0,361. Jumlah $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian, menghitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut yang telah dikatakan valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir dan varian total. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} : Reliabilitas instrumen

k : Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$: Jumlah varian skor butir
 st^2 : Varian skor total

Untuk memperoleh varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

S_i^2 : Simpangan baku
 n : Jumlah populasi
 $\sum X_i^2$: Jumlah kuadrat data X
 $\sum X_i$: Jumlah data

Dari hasil perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba memperoleh hasil reabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* sebesar 0,783 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa instrumen yang berjumlah sembilan butir inilah yang akan digunakan sebagai uji instrumen final untuk mengukur variabel *brand image*.

3.4.3 Variabel *Independent* (Variabel X2)

A. Definisi Konseptual

Variabel bebas kedua (X_2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *service quality* atau kualitas layanan. *Service quality* adalah

suatu sikap dari hasil perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen.

B. Definisi Operasional

Variabel *service quality* dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan lima indikator berdasarkan pernyataan Rusmahafi & Wulandari (2020), yaitu, (1) *tangibles* (bukti fisik); (2) *reliability* (kehandalan); (3) *responsiveness* (daya tanggap); (4) *assurance* (jaminan/kepastian); (5) *empathy* (empati).

C. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang dipaparkan dalam bagian ini adalah kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *service quality* yang akan diuji cobakan. Penelitian ini memaparkan kisi-kisi dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen *Service Quality*

No	Indikator	Instrumen Penelitian
1	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	Wifi rumah IndiHome menyediakan perlengkapan yang lengkap dan canggih untuk kebutuhan pelanggan. Karyawan wifi rumah IndiHome memiliki penampilan rapi.
2	<i>Reliability</i> (kehandalan)	Layanan wifi rumah IndiHome disampaikan sesuai dengan ketentuan perusahaan sejak awal.
3	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Karyawan wifi rumah IndiHome siap membantu apabila pelanggan memerlukan bantuan.
4	<i>Assurance</i> (jaminan/kepastian)	Wifi rumah IndiHome dapat dipercaya sebagai provider wifi rumah yang memiliki kualitas baik, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

5	<i>Empathy</i> (empati)	Karyawan wifi rumah IndiHome bersikap sopan terhadap pelanggan. Karyawan wifi rumah IndiHome memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan. Perusahaan wifi rumah IndiHome memberikan perhatian kepada setiap pelanggannya. Perusahaan wifi rumah IndiHome mengutamakan kepentingan para pelanggan.
---	-------------------------	--

Sumber: Rusmahafi & Wulandari (2020)

Untuk pengisian kuesioner, responden dapat memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang disajikan. Lima jawaban alternatif yang digunakan disebut dengan *Skala likert*. Pengukuran *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial Sugiyono (2017) Pengukuran dengan *Skala Likert* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Alternatif Jawaban *Skala Likert*

No	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-ragu (RG)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017)

D. Validasi Instrumen

Proses pengambilan instrumen *service quality* dimulai dengan mengadaptasi instrumen pada penelitian sebelumnya kemudian disusun menjadi bentuk kusioner dengan menggunakan skala *likert* yang mengacu pada indikator variabel *service quality*. Dapat dilihat pada tabel 3.5 yang merupakan konsep instrumen dalam mengukur variabel *service quality*. Kemudian instrumen tersebut dikonsultasikan dengan

dosen pembimbing, setelah instrumen telah disetujui kemudian instrumen tersebut akan diuji cobakan kepada 30 responden di DKI Jakarta yang sesuai dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebelumnya.

Proses validasi dilakukan analisis data dari hasil uji coba instrumen menggunakan koefisien korelasi antara butir skor dengan total skor instrumen. Rumus yang dapat digunakan menurut Riduwan & Sunarto (2015) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara butir skor dan total skor

N : Jumlah subyek penelitian

$\sum x$: Jumlah butir skor

$\sum y$: Jumlah total skor

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara butir skor dengan total skor

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat butir skor

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat total skor

Batas minimum dari pernyataan yang diterima yaitu $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa butir pertanyaan instrumen dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen tidak valid dan tidak

dapat digunakan untuk mengukur variabel, dan mengakibatkan butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba dengan sebanyak sembilan pernyataan, maka memperoleh hasil sebesar 0,55 butir pertama, 0,598 butir kedua, 0,443 butir ketiga, 0,698 butir keempat, 0,743 butir kelima, 0,832 butir keenam, 0,832 butir ketujuh, 0,53 butir kedelapan, dan 0,616 butir kesembilan dengan r_{tabel} sebesar 0,361. Jumlah $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian, menghitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut yang telah dikatakan valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir dan varian total. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} : Reliabilitas instrumen

k : Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$: Jumlah varian skor butir

st^2 : Varian skor total

Untuk memperoleh varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

S_i^2 : Simpangan baku

n : Jumlah populasi

$\sum X_i^2$: Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$: Jumlah data

Dari hasil perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba memperoleh hasil reabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* sebesar 0,850 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa instrumen yang berjumlah sembilan butir inilah yang akan digunakan sebagai uji instrumen final untuk mengukur variabel *service quality*.

3.5 Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data ialah sebagai berikut:

3.5.1 Uji Persyaratan Analisis

A. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian untuk melihat apakah data yang digunakan sudah baik dan berdistribusi normal. Menurut Santoso

(2012, p. 293) uji normalitas berguna untuk menentukan apakah data dikumpulkan berdistribusi normal dari populasi normal. Peneliti dapat menggunakan uji statistik Uji *Kolmogrov Smirnov* untuk mendeteksi apakah model yang digunakan berdistribusi normal (Ezer & Ghazali, 2017).

Hipotesis statistik:

- 1) Jika signifikan $> 0,05$ maka data terdistribusi normal
- 2) Jika signifikan $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal

Sedangkan kriteria untuk mengambil keputusan dengan menganalisis grafik (*normal probability*) yaitu sebagai berikut:

- 1) Model regresi yang dapat memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal.
- 2) Model regresi yang tidak memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar jauh dari garis diagonal.

B. Uji Linieritas Regresi

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki hubungan yang linier. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan *Test of Linierity* pada taraf signifikan 0,05. Jika variabel jauh di bawah 0,05, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak memiliki hubungan linier (Kadir & Djaali, 2015).

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : artinya data tidak linier
- 2) H_a : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan menggunakan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.
- 2) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.

C. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2012, p. 237) regresi linier sederhana adalah metode statistik yang memverifikasi tingkat pengaruh variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibat (Y). Adapun persamaan umum regresi linier sederhana dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas pertama

a = konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = koefisien regresi variabel bebas

3.5.2 Uji Hipotesis

A. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Eriyanto (2015, p. 335) literatur uji t pada dasarnya menunjukkan tingkat pengaruh variabel bebas terhadap masing-masing individu ketika menjelaskan perubahan variabel terikat.

Hipotesis nol (H_0) diuji apakah parameter (b_i) model sama dengan nol atau tidak. Hal ini dapat diartikan seolah-olah semua variabel independen tidak memberikan penjelasan yang signifikan terhadap dependen atau:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis menurut Kuncoro (2009) yang digunakan sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$.
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$.

B. Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Analisis korelasi adalah teknik statistika yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan satu variabel dengan variabel lainnya tanpa mempertimbangkan apakah variabel tertentu bergantung pada variabel lain (Sekaran & Bougie, 2016)

Terdapat dua dari beberapa teknik korelasi yang populer yaitu Korelasi *Pearson Product Moment* dan Korelasi *Rank Spearman*. Korelasi *Pearson*

merupakan korelasi sederhana yang hanya melibatkan satu variabel terikat (*independent*) dan variabel bebas (*dependent*). Analisis Korelasi *Pearson* ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS *Statistic* versi 23.0.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan Korelasi *Pearson* sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi

Menurut Sugiyono (2018, p. 231) untuk menafsirkan hasil dari penelitian korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan

Koefisiensi Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,25	Sangat rendah
0,26 – 0,50	Cukup
0,51 – 0,75	Kuat
0,76 – 0,99	Sangat Kuat
1.00	Sempurna

Sumber: Sugiyono (2018)

C. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Sugiarto & Siagian (2006, p. 259) koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran yang menjelaskan kontribusi variabel penjelas terhadap variabel respon. Oleh karena itu, koefisien determinasi yang mewakili variasi naik turunnya Y dijelaskan efek linier X. Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan banyaknya solusi yang dimiliki setiap variabel bebas, seperti varians dari variabel terikat.