

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer (*atmosphere*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada pengunjung Restoran Southbox Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan (*perceived value*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada pengunjung Restoran Southbox Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada pengunjung Restoran Southbox Jakarta Selatan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Dalam proses pengumpulan data, peneliti fokus pada pengunjung Restoran Southbox Jakarta Selatan yang terletak di Jalan Prapanca Raya Nomor 18, Dharmawangsa, Jakarta Selatan. Pengumpulan data akan dilakukan khusus pada pengunjung yang pernah mengunjungi Restoran Southbox Jakarta Selatan. Alasan peneliti memilih Restoran Southbox sebagai tempat penelitian karena permasalahan yang terjadi di restoran tersebut paling sesuai dengan karakteristik variabel yang ingin diteliti lebih dalam dan terjangkau oleh peneliti.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini akan dilakukan kepada pengunjung Restoran Southbox yang sudah mengunjungi dan makan di Restoran Southbox Jakarta Selatan minimal tiga kali atau lebih dalam kurun waktu empat bulan terakhir dari waktu penelitian dilakukan.

3.2.3 Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2016 hingga Juli 2017.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat setiap variabel.⁶⁶

Desain penelitian adalah dengan jenis deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra desain kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan deskriptif menurut Malhotra adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan

⁶⁶Sugiyono, Statistik untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2012) p. 6

variabel terikat.⁶⁷Pada penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Penyebaran kuesioner yang telah terstruktur diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.⁶⁸

3.4 Populasi dan *Sampling*

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁹ Sementara itu menurut Sekaran, populasi mengacu padakeseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi.⁷⁰

Populasi pada penelitian ini mengacu pada pengunjung Restoran Southbox yang sudah mengunjungi dan makan di Restoran Southbox Jakarta Selatan. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti pengunjung Restoran Southbox.

3.4.2 Sampel

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 data, tenaga, dan

⁶⁷ Malhotra, Naresh K., Riset Pemasaran, (Jakarta: PT. Indeks.2009) p. 93-100.

⁶⁸Malhotra, Naresh K., *Op.cit.*, p. 96

⁶⁹ Sugiyono. *Op.cit.*, p. 115

⁷⁰ Uma Sekaran, Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta : Salemba Empat. 2007. p.121

waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi.⁷¹ Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah teknik *non-probability sampling*. Menurut Malhotra⁷² “*non probability sampling is a sampling techniques that do not use chance selection procedures. Rather, they rely on the personal judgment of the researcher*”, yang artinya *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur seleksi kesempatan. Sebaliknya, mereka bergantung pada penilaian pribadi peneliti.

Menurut Roscoe yang dikutip Uma Sekaran⁷³ memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.

⁷¹ Sugiyono. *Op.Cit.*, p. 116

⁷²Malhotra, Naresh K, *Marketing Research an Applied Orientation 6th Edition*, (United States: Pearson Education, 2010). p. 376

⁷³ Uma Sekaran. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat. 2007. p.160

4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Uma Sekaran⁷⁴ adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan informasi yang diinginkan.

Oleh karena teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, maka pada kuesioner peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah responden pernah mengunjungi dan makan di Restoran Southbox. Berdasarkan pada teori Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor satu, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden, karena angka 200 sudah cukup untuk menjadi sampel penelitian ini dan telah memenuhi syarat jumlah sampel.

⁷⁴ Uma Sekaran, *Op.Cit.* p. 276

Tabel III. 1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Lokasi	Teknik Analisis Data
1.	Khan, Hussain, dan Yaqoob (2012)	120	<i>Random sampling</i>	Pakistan	<i>Multiple regression</i>
2.	Haghighi, et.al. 2012	268	<i>Random sampling</i>	Tehran, Iran	Multiple regression, path analysis, sem
3.	Petzer and Mackay. 2014	250	<i>Random sampling</i>	South Africa	Multiple regression
4.	Mohd Nazril Abdul dan Artinah Zainal. 2016	170	<i>Purposive sampling</i>	Malaysia	Multiple regression
5.	Riko Firmawan dan Laila Saleh. 2013	150	<i>Random sampling</i>	Indonesia	SEM
6.	Reymond dan Diah.2014	110	<i>convenience sampling technique</i>	Indonesia	Smart PLS Application
7.	Chou You-Ming 2012	255	<i>Random sampling</i>	Taiwan	SPSS

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Menurut Mahotra⁷⁵, data primer adalah “*Primary data are originated by a researcher for the specific purpose of addressing the problem at hand*”, artinya data yang dibuat sendiri oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset.

⁷⁵Malhotra, Naresh K. *Op. Cit.*, p. 41

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada 200 responden di Restoran Southbox untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Dalam Uma Sekaran, kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas dan kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian.⁷⁶

3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁷ Penelitian ini menggunakan 4 variabel yang terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat.

Menurut Malhotra⁷⁸ variabel independen atau variabel bebas adalah variabel alternatif yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan independen. Dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, kenyamanan toko, dan promosi penjualan. Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji.⁷⁹

⁷⁶*Ibid*, p. 82

⁷⁷Sugiyono. *Op.cit.*,p. 58

⁷⁸Malhotra. *Op. Cit*, p.242

⁷⁹*Ibid*, p. 242

Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel dependen adalah kepuasan konsumen. Adapun dimensi dan indikator dari masing-masing variabel bebas dan variabel terikat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel III. 2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Atmosfer (X₁)	<i>Exterior</i>	<i>Signs and boards are important for me to find restaurant</i>	Papan nama restoran Southbox terlihat jelas sehingga mudah untuk menemukan restoran	Haghighi, <i>et.al.</i> 2012
		<i>Ease of the restaurant entrance and exit doors</i>	Pintu masuk dan pintu keluar restoran Southbox memudahkan pengunjung untuk masuk dan keluar	
		<i>The exterior display windows of the restaurant exhibit aesthetic design features</i>	Tampilan bentuk bangunan luar restoran Southbox menunjukkan desain yang unik	
	<i>Sight</i>	<i>Restaurant interior design is interisting</i>	Desain interior restoran Southbox menarik	Innocentius Bernarto, Yohana F. Cahya Palupi Meilani, Budi Hartono Kusuma, <i>et. al.</i> 2013
		Cozy atmosphere in XYZ restaurant	Atmosfer di restoran Southbox menyenangkan	
		Layout of restaurant XYZ is good	Tata letak restoran Southbox bagus	

Tabel III.2 Lanjutan

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	Store layout	<i>Table for dine-in increases my well being and comfort</i>	Meja dan kursi di restoran Southbox meningkatkan kenyamanan	Petzer, <i>et.al.</i> 2011
		<i>The waiting area of the restaurant is comfortable</i>	Ada bangku khusus yang nyaman untuk menunggu ketika di restoran Southbox sedang penuh	
		<i>The space allocation of the restaurant is appropriate</i>	Meja dan kursi yang tersedia di restoran Southbox dapat menampung banyak konsumen yang datang	
	General Interior	<i>The scent of the restaurant is fresh</i>	Aroma di restoran Southbox menggugah selera	
		<i>The music heard in the restaurant is pleasant</i>	Musik yang terdengar di restoran Southbox menyenangkan	
		<i>The interior of the restaurant is clean</i>	Area makan di restoran Southbox bersih	
		<i>There was enough space between the aisles to move</i>	Jarak antara meja satu dengan yang lainnya di restoran Southbox memudahkan konsumen untuk berlalu-lalang	
		<i>The lighting of the restaurant is adequate</i>	Pencahayaan di restoran Southbox sesuai	
		<i>The temperature of the restaurant is comfortable</i>	Suhu udara di restoran Southbox sesuai	

Tabel III.2 Lanjutan

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>Interior displays</i>	<i>The design of the restaurant interior is unique</i>	Toko-toko di restoran Southbox unik	Lin, Chen, Chen. 2014
		<i>The decoration of the restaurant corresponds with its theme</i>	Dekorasi di restoran Southbox sesuai dengan <i>temastreet industrial style</i>	
Nilai yang Dirasakan (X ₂)	<i>Social Value</i>	<i>Get prestige in society</i>	Makan di restoran Southbox merupakan hal yang bergengsi	Petro Naude. 2012
		<i>The overall value of dining at the restaurant was high</i>	Nilai keseluruhandining restoran Southbox meningkatkan status sosial	Kisang Ryu, Heesup Han, Tae-Hee Kim. 2008
	<i>Price/value of money</i>	Harga yang sesuai	Harga makanan di restoran Southbox sesuai dengan porsi	Dessy C. 2012
		Harga yang tidak mahal	Harga di restoran Southbox tidak terlalu mahal dibandingkan dengan restoran lain	
	<i>Functional Value (performance / quality)</i>	Higienitas makanan	Makanan di restoran Southbox tergolong higienis	Dessy C. 2012
		Rasa makanan	Makanan di restoran Southbox memiliki rasa yang enak	
<i>Experiential Marketing (X₃)</i>	<i>Sense</i>	<i>Strawberry cafe layout is very interesting</i>	Tataruang restoran Southbox menarik	Puti Ara, Aswin Dewanto. 2012
		Suara (lagu) di dalam kafe	Alunan musik di restoran Southbox membuat pelanggan betah	Anneke. Hartono. 2014
		Kebersihan ruangan terjaga	Kebersihan ruang makan di restoran Southbox terjaga dengan baik	Tengku Firli, Vivi, 2012

Tabel III.2 Lanjutan

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>Feel</i>	Keramahan karyawan	Pelayan restoran Southbox sangat ramah	Anneke, Hartono. 2014
	<i>Think</i>	Kenyamanan dalam kafe	Restoran Southbox memberikan rasa nyaman	Puti Ara, Azwin Dewanto. 2012
		Kecepatan dalam penyajian makanan dan minuman	Penyajian makanan dan minuman yang diberikan restoran Southbox cepat	
		<i>Food and drinks offered make me think about the uniqueness of their making process</i>	Makanan dan minuman yang ditawarkan restoran Southbox membuat berpikir tentang keunikan dari proses pembuatannya	
	<i>Act</i>	Promosi penjualan	Acara nonton bareng bola di restoran Southbox menghibur	Anneke, Hartono. 2014
		<i>The website and social network make me interested in coming to Strawberry Cafe</i>	Situs dan jejaring sosial membuat tertarik untuk mengunjungi restoran Southbox	Puti Ara, Azwin Dewanto. 2012
	<i>Relate</i>	Pelayanan sesuai kebutuhan	Restoran Southbox memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan	Anneke, Hartono. 2014
		<i>I can hang out with my friends at Strawberry Cafe</i>	Restoran Southbox dapat menjadi tempat berkumpul bersama teman-teman	Puti Ara, Azwin Dewanto. 2012
		<i>I can meet new people at Strawberry Cafe</i>	Restoran Southbox dapat menjadi tempat bertemu dengan orang baru	Anneke, Hartono. 2014
		Menceritakan pengalaman / memberi rekomendasi kepada orang lain	Saya akan memberi rekomendasi kepada orang lain	

Tabel III.2 Lanjutan

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Kepuasan Konsumen (Y)	<i>Attributes related to product</i>	<i>I am pleased with many variety of food and beverages sold Bandar Djakarta Surabaya restaurant</i>	Ragam makanan dan minuman yang dijual restoran Southbox memberikan rasa puas	Yenny Logiawan dan Hartono Subagio, <i>et.al.</i> 2014
		Makanan dan minuman di De Mandailing Cafe rasanya enak	Rasa makanan dan minuman di restoran Southbox enak	Anneke, Hartono. 2014
	<i>Attributes related to service</i>	<i>I am satisfied with the speed and precision of presentation of the menu by the restaurant employees Bandar Djakarta Surabaya restaurant</i>	Puas akan kecepatan penyajian menu oleh karyawan restoran Southbox	Yenny Logiawan dan Hartono Subagio, <i>et.al.</i> 2014
			Puas akan ketepatan penyajian menu oleh karyawan restoran Southbox	
		Performa (kinerja) calais sesuai dengan ekspektasi pelanggan	Performa (kinerja) restoran Southbox sesuai dengan keinginan saya	Wahano dan Subagio (2013)
	<i>Attributes related to purchase</i>	<i>I am satisfied with the ease of the payments made by Bandar Djakarta Surabaya restaurant</i>	Kemudahan media pembayaran (tunai, debit, kredit) di restoran Southbox memberikan kepuasan	Yenny Logiawan dan Hartono Subagio, <i>et.al.</i> 2014
			Kemudahan sistem pembayaran di restoran Southbox memberikan kepuasan	
		<i>The overall feeling I got from the restaurant was satisfaction</i>	Secara keseluruhan, saya merasa puas setelah mengunjungi dan makan di restoran Southbox	Astono (2014)

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuesioner. Menurut Malhotra, skala Likert adalah pengukuran dengan lima kategori respon mulai dari "sangat tidak setuju" sampai "sangat setuju" yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dengan masing-masing dari serangkaian pernyataan yang berhubungan dengan objek stimulus.⁸⁰

Tabel III. 3

Skala Likert

Kategori	Skala
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Malhotra⁸¹

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara keempat variabel yang akan diteliti. Oleh karena pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, maka peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) for windows versi 21 untuk

⁸⁰Malhotra, Naresh K, *Op. Cit.*, p. 308

⁸¹*Ibid.*, p. 308

mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Statistik yang termasuk *software* dasar SPSS adalah statistik deskriptif (tabulasi silang, frekuensi, deskripsi, penelusuran, statistik deskripsi rasio), statistik bivariat (rata-rata, *t-test*, ANOVA, korelasi, *non-parametric tests*), prediksi hasil numerik (regresi linear), dan prediksi untuk mengidentifikasi kelompok (analisis faktor, analisis *cluster*, diskriminan).

3.8.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Maholtra⁸², “*Validity of a scale may be defined as the extent to which differences in observed scale scores reflect true differences among objects on the characteristic being measured, rather than systematic or random error.*”, artinya skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang sedang diukur, daripada eror sistematis atau acak.

Dalam pengujian validitas menggunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu teknik analisis korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel

⁸² Naresh K. Malhotra, *Marketing Research an Applied Orientation*(United States: Pearson Education, sixth edition, 2010), p. 288

dengan variabel lain. Teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05 dengan rumus:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel

Dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau *item-item* pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau *item-item* pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Salah satu cara mengukur validitas dapat dilakukan dengan *factor analysis*. Analisis faktor adalah suatu analisis data untuk mengetahui faktor-faktor yang dominan dalam menjelaskan suatu masalah.⁸³ Analisis faktor mencoba menemukan hubungan antar sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa

⁸³Singgih Santoso, *Panduan Lengkap SPSS Versi 20* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), p.57

dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.⁸⁴ Analisis faktor mempunyai 2 tujuan, yang pertama untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi, jika korelasi dilakukan antar variabel analisis tersebut dinamakan R analisis, namun jika korelasi dilakukan antar responden atau sampel maka analisis tersebut dinamakan Q analisis atau yang biasa disebut *cluster analysis*. Kedua untuk menyederhanakan deskripsi dari suatu set data yang banyak dan saling berkorelasi menjadi set data lain yang ringkas dan tidak lagi saling berkorelasi atau disebut juga *data reduction*.

Sebelum menggunakan uji faktor analisis, hal pertama yang harus diperhatikan adalah menguji nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*), tujuannya adalah untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sudah layak untuk menguji ketepatan faktor analisis. "*KMO is a measure of sampling adequacy is an index used to examine the appropriateness of factor analysis. High values (between 0,50 and 1,00) indicate factor analysis is appropriate. Values below 0,50 imply that factor analysis may not be appropriate.*"⁸⁵, arti dari definisi tersebut yaitu, KMO adalah jumlah sampel yang layak dikatakan cukup untuk menguji ketepatan analisis faktor. Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai dibawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat.

⁸⁴*Ibid.*, p. 58

⁸⁵ Naresh K. Malhotra, *op. cit.*, p.638

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji sejauh mana *item-item* instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk dan juga untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.⁸⁶

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* (α) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha diatas 0,6.

Rumus *cronbach's alpha* dituliskan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians

k = Jumlah pernyataan σ^2 = Varians total

3.8.2 Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Menurut Priyatno, uji normalitas digunakan untuk mengetahui hasil belajar dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol apakah berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas melakukan uji *one sample Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan taraf

⁸⁶ Priyatno, Dwi, *Mandiri Belajar SPSS*, (Jakarta: Erlangga, 2010), p. 25

signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05.⁸⁷

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk menguji linear tidaknya data yang dianalisis. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 atau 5%.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas model, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Pada penelitian ini, untuk menghindari asumsi klasik multikolinearitas, akan melihat *value inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Priyatno⁸⁸, pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

⁸⁷*Ibid.*, p. 71

⁸⁸*Ibid.*, p. 81

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas.

3.8.4 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis alternatif diterima.
2. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis alternatif ditolak.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.