

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) perihal:

1. Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.
2. Hubungan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan.
3. Hubungan kualitas produk dan lokasi dengan kepuasan pelanggan.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta Timur, 13220. Alasan mengapa peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan, bahwa di tempat tersebut memiliki masalah mengenai kepuasan pelanggan *McDonald's Arion Mall* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di antaranya, yaitu kualitas produk yang kurang bagus, lokasi yang kurang strategis, promosi yang kurang menarik, dan kualitas pelayanan yang kurang baik. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan dalam pengambilan data.

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 (lima) bulan, yaitu terhitung dari bulan Februari sampai dengan bulan Juni 2018. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan memberi kemudahan bagi peneliti untuk memfokuskan perhatian dalam melakukan penelitian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Pada dasarnya, metode penelitian merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”<sup>1</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*<sup>2</sup>.

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 3.

<sup>2</sup> *Ibid.* h. 12.

dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

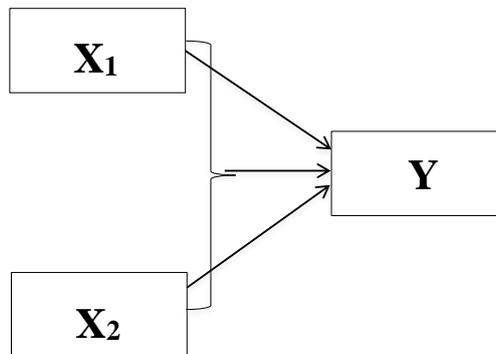
Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Jika terdapat hubungan, seberapa erat hubungan dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui hubungan antara variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol  $X_1$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan hubungan antara variabel bebas (lokasi) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi, serta hubungan antara variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol  $X_1$  dan variabel bebas (lokasi) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

## **2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan.
- c. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan lokasi dengan kepuasan pelanggan.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar III. 1. Konstelasi X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> (Kualitas Produk dan Lokasi) dengan Y (Kepuasan Pelanggan)**

Keterangan:

Variabel Bebas (X<sub>1</sub>) : Kualitas Produk

Variabel Bebas (X<sub>2</sub>) : Lokasi

Variabel Terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan

—————> : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampling

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”<sup>3</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa, setelah melakukan *survey* awal melalui angket pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 119.

Negeri Jakarta, terdapat banyak konsumen yang melakukan kepuasan pelanggan di *McDonald's Arion Mall*.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>4</sup>. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>5</sup>.

Untuk penelitian ini, menggunakan sampel yaitu mahasiswa yang pernah mengunjungi lebih dari dua kali dan merasa puas sebagai pelanggan di *McDonald's Arion Mall* di Jakarta yang berjumlah 123 mahasiswa yang berasal dari seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2014 sampai dengan angkatan 2017.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Kualitas Produk (variabel  $X_1$ ), Lokasi (variabel  $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Kepuasan Pelanggan (Variabel $Y$ )**

#### **a. Definisi Konseptual**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang yang dirasakan oleh konsumen terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan berupa produk atau jasa kepada konsumen.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 120.

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 126.

### b. Definisi Operasional

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan empat indikator. Indikator pertama, yaitu lebih banyak membeli produk, indikator kedua, yaitu membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produknya, indikator yang ketiga, yaitu tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan indikator keempat, yaitu menawarkan produk-produk perusahaan.

### c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

**Tabel III. 1. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Lebih banyak membeli produk.	1, 5, 13, 21, 25, 27	9, 17	5	1, 13, 21, 25	9, 17	1, 12, 20, 23, 24	8, 16
Membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produknya.	2, 10, 18, 22, 26	6, 14	26	2, 10, 18, 22	6, 14	2, 9, 17, 21	5, 13

Tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing.	3, 7, 11, 15, 19	23		3, 7, 11, 15, 19	23	3, 6, 10, 14, 18	22
Menawarkan produk-produk perusahaan.	4, 12, 16, 20, 28	8, 24	24	4, 12, 16, 20, 28	8	4, 11, 15, 19, 25	7

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Puas (SP)	5	1
2.	Puas (P)	4	2
3.	Netral (N)	3	3
4.	Tidak Puas (TP)	2	4
5.	Sangat Tidak Puas (STP)	1	5

#### d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Proses pengembangan instrumen kepuasan pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *Likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kepuasan

pelanggan terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepuasan pelanggan sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 6$$

Di mana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak

---

<sup>6</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^7$$

Di mana:

$r_{ii}$	= Reliabilitas instrumen
$k$	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
$st^2$	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 8$$

Di mana:

$Si^2$	= Simpangan baku
$n$	= Jumlah populasi
$\sum Xi^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum Xi$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,77$ ,  $St^2 = 188,83$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,91716 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 116). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas

<sup>7</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>8</sup> Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepuasan pelanggan.

## **2. Kualitas Produk (Variabel X<sub>1</sub>)**

### **a. Definisi Konseptual**

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan oleh konsumen.

### **b. Definisi Operasional**

Kualitas produk dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah *performance* (kinerja), dengan indikator karakteristik inti. Dimensi kedua, yaitu *serviceability* (kemampuan pelayanan) meliputi indikator pertama, yaitu kecepatan dan indikator kedua, yaitu kesopanan. Dimensi ketiga, yaitu *aesthetic* (nilai-nilai estetika) dengan indikator pertama yaitu musik yang mengalun, indikator kedua desain, indikator ketiga pewangi dan indikator keempat yaitu rasa produk. Dimensi keempat adalah *conformance* dengan indikator kesesuaian produk.

### **c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final

yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

**Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kinerja ( <i>Performance</i> )	Karakteristik Inti	1, 5	3		1, 5	3	1, 5	3
Kemampuan Pelayanan ( <i>Serviceability</i> )	Kecepatan	2, 6	4		2, 6	4	2, 6	4
	Kesopanan	7, 9	11	7	9	11	8	10
Nilai-nilai estetika ( <i>Aesthetic</i> )	Musik yang mengalun	8, 12	10		8, 12	10	7, 11	9
	Desain	13, 15	17		13, 15	17	12, 14	16
	Pewangi	14, 18	16		14, 18	16	13, 17	15
	Rasa Produk	21, 24	19, 22	22	21, 24	19	20, 22	18
Kesesuaian ( <i>Conformance</i> )	Kesesuaian Produk	23, 20			23, 20		19, 21	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif

yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk**

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

#### d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi di

Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^9$$

Di mana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

---

<sup>9</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 10$$

Di mana:

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

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 11$$

Di mana:

$S_i^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,41$ ,  $St^2 = 89,57$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,855 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 124). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas produk.

### 3. Lokasi (Variabel X<sub>2</sub>)

#### a. Definisi Konseptual

Lokasi adalah sebuah tempat di mana kegiatan perusahaan berlangsung untuk menyalurkan barang dan jasa pada konsumen.

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>11</sup> Sudjana, *loc. cit.*.

### b. Definisi Operasional

Lokasi dapat diukur dengan empat indikator. Indikator pertama, yaitu akses dengan sub indikator, yaitu mudah dijangkau

sarana transportasi, indikator kedua, yaitu visibilitas dengan sub indikator mudah dilihat, indikator ketiga, yaitu tempat parkir dan indikator keempat, yaitu komposisi dengan sub indikator tempat usaha pesaing.

### c. Kisi-kisi Instrumen Lokasi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 5.

**Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Lokasi**

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Akses	Mudah dijangkau sarana transportasi	1, 9, 17, 22	5, 13, 20	22	1, 9, 17	5, 13, 20	1, 8, 16	4, 12, 18

Visibilitas	Mudah dilihat	2, 10, 14, 18, 26	6, 21	18	2, 10, 14, 26	6, 21	2, 9, 13, 23	5, 19
Tempat parkir	-	3, 11, 15, 23, 24, 25	7, 19, 27	3	11, 15, 23, 24, 25	7, 19, 27	10, 14, 20, 21, 22,	6, 17 , 24
Komposisi	Tempat usaha pesaing	4, 12	8, 16		4, 12	8, 16	3, 11	7, 15

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Lokasi**

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

#### d. Validasi Instrumen Lokasi

Proses pengembangan instrumen lokasi dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel lokasi terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel lokasi.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel lokasi sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{ixt}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{12}$$

Di mana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

---

<sup>12</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{\text{tabel}} = 0,361$ . Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 27 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{13}$$

Di mana:

$r_{ii}$	= Reliabilitas instrumen
$k$	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
$st^2$	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}^{14}$$

Di mana:

$Si^2$	= Simpangan baku
$n$	= Jumlah populasi
$\sum Xi^2$	= Jumlah kuadrat data X

<sup>13</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>14</sup> Sudjana, *loc. cit.*.

$$\sum X_i = \text{Jumlah data}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,69$   $S_t^2 = 108,04$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,886 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 132). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur lokasi.

## F. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogorov-Smirnov*) dan uji grafik (*Normal Probability Plot*)<sup>15</sup>.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1)  $H_0$  : data berdistribusi normal
- 2)  $H_a$  : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu:

---

<sup>15</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), h. 35.

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

Sedangkan kriteria pengujian dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka  $H_0$  diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka  $H_0$  ditolak artinya data tidak berdistribusi normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”<sup>16</sup>.

Hipotesis penelitiannya adalah:

1.  $H_0$  : artinya data tidak linier
2.  $H_a$  : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1. Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data linier.

---

<sup>16</sup> Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

2. Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data tidak linier.

## 2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimasukkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanatory)* terhadap satu variabel dependen. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 \quad ^{17}$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = variabel terikat (kepuasan pelanggan)
- $X_1$  = variabel bebas pertama (kualitas produk)
- $X_2$  = variabel bebas kedua (lokasi)
- $a$  = konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )
- $b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama,  $X_1$  (kualitas produk)
- $b_2$  = koefisien regresi variabel bebas kedua,  $X_2$  (lokasi)

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen<sup>18</sup>.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau:

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, h. 187

<sup>18</sup> Santoso, *Statistika Hospitalis* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 106.

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_n \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai probabilitas  $sig. < 0,05$
2.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai probabilitas  $sig. > 0,05$

#### **b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen<sup>19</sup>.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

---

<sup>19</sup> *Ibid.*

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  atau nilai probabilitas sig.  $< 0,05$
2.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{Tabel}$  dan nilai probabilitas sig.  $> 0,05$

#### **4. Analisis Korelasi Berganda**

Analisis korelasi ganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independent ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel dependent secara bersamaan/simultan. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 24.0.

#### **5. Perhitungan Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 24.0.