

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:7), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode peneliti yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (*random sampling*), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Burns dan Bush (dalam mangkunegara, 2011) bahwa, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang membutuhkan penggunaan struktur pertanyaan dimana pilihan-pilihan jawabannya telah disediakan dan membutuhkan banyak responden. Format yang didapat adalah berupa angka atau *numeric*.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah suatu proses mencari pengetahuan yang menggunakan data berupa angka atau *numeric* sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui oleh peneliti. Dalam penelitian ini penelurusan pengaruh bauran promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* tersebut didapatkan dengan menggunakan metode *survey*, dimana menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data *survey* ini, dimana penelitian dilakukan dalam ruang alamiah atau bukan buatan dan peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:6) bahwa, metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti

melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalna dengan instrumen kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya.

## **3.2. Populasi dan Sampel**

### 3.2.1. Populasi

Populasi merupakan tempat yang didalamnya terdapat sebuah karakteristik objek yang digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan dan Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi. Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karena dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2006) sedangkan menurut Sugiyono (2013:80) mengemukakan, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih peneliti sebagai sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah mahasiswa STIE Malangkecewara Malang yang menggunakan jasa pelayanan *Go-food*.

### 3.2.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2011:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya tidak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka penelitian akan menggunakan sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability* sampling yaitu teknik *Konvenience* atau *Accidental Sampling*, yaitu bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang kebetulan

bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok untuk menjadi sumber data akan menjadi sampel dari penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 626 mahasiswa STIE Malangkecewara Malang yang masih aktif tahun ajaran 2019-2020. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi sebanyak 100 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Untuk besaran jumlah sampelnya menggunakan rumus Slovin dengan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel/responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 626 mahasiswa jurusan manajemen, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil

perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{626}{1 + 626(0,1)^2}$$

$$n = \frac{626}{7,26} = 86,2; \text{ disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang atau sekitar 10% dari seluruh mahasiswa manajemen STIE Malangkecewara Malang, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling; simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (mahasiswa) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik kebetulan/*insidental*, seperti yang dikemukakan Sugiyono (2011:85), bahwa *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **3.3. Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran**

Variabel Menurut Sugiyono, (2013: 60), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

Variabel bebas (*independent*) :

> Bauran Promosi (X1)

> Persepsi Harga (X2)

> Kualitas Pelayanan (X3)

Variabel terikat (*dependent*) :

> Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 3.1 Variabel, Sub Variabel dan Indikator

| No. | Variabel            | Sub Variabel  | Definisi   | Indikator   |
|-----|---------------------|---|--|---|
| 1.  | Bauran Promosi (X1) | <ul style="list-style-type: none"><li>• Periklanan (<i>Advertising</i>)</li><li>• Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)</li><li>• Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>)</li><li>• Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)</li><li>• Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)</li></ul> | Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Berdasarkan pasar, tipe pelanggan, konsentrasi pasar</li><li>• Menentukan pasar dalam bauran promosi</li></ul>  |
| 1.  | Persepsi Harga (X2) |   | Harga merupakan nilai (biasa dinyatakan dengan uang) yang harus di korbakan untuk dapat memiliki, menggunakan atau     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing.</li><li>• Kesesuaian harga dengan harga pasar yaitu kesesuaian harga dengan harga pasar.</li></ul> |

|    |                         |   |  |   |
|----|-------------------------|---|--|---|
|    |                         |   | <p>mengonsumsi suatu barang dan jasa guna mendapatkan kepuasan.</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.</li> <li>• Angsuran yaitu pembayaran yang bisa diangsur sampai jangka waktu tertentu.</li> </ul>  |
| 2. | Kualitas Pelayanan (X3) | — | <p>Kualitas pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak dapat diraba dan terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pemberi pelayanan dan yang diberi pelayanan, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pengguna jasa dan berakhir pada persepsi pengguna jasa, maka kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa atau yang memberikan pelayanan</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peralatan dan perlengkapan yang digunakan (teknologi)</li> <li>• Kinerja yang tepat waktu</li> <li>• Kesigapan dalam melayani pelanggan</li> <li>• Kejujuran pada pelayanan</li> <li>• Kesopanan dalam memberi pelayanan</li> <li>• Kemampuan dalam memberikan keamanan dijasa yang ditawarkan</li> <li>• Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan</li> </ul> |

|    |                       |   |  |  |
|----|-----------------------|---|--|--|
|    |                       |   | dalam memenuhi harapan pengguna jasa secara konsisten.   |  |
| 3. | Kepuasan Konsumen (Y) | — | kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Re-purchase</i> : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.</li> <li>• Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.</li> <li>• Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.</li> <li>• Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang</li> </ul> |

|  |  |  |  |       |
|--|--|--|--|-------|
|  |  |  |  | sama. |
|--|--|--|--|-------|

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data premier (Menurut Sarwono, 2006:16), “Data premier merupakan data atau informasi yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuisisioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data premier, yaitu : (1) metode survei dan (2) metode observasi (Indriantoro dan Supomo, 2018:142), Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang diisi oleh responden secara langsung.”

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013:142). Peneliti mengumpulkan data dengan cara memperoleh data melalui responden dengan menyebar beberapa pernyataan tertulis kepada mahasiswa.

Pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, sosiologi umumnya variabel-variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel latent atau *un-observed* (sering juga disebut kosnstruk) yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi yang diamati atau indikator-indikator yang diamati. Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban (Ghozali, 2016:47).

Menurut Sugiyono (2013:132) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Biasanya indikator-indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket



yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal (Ghozali, 2016:47).

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari kuisisioner yang diajukan kepada responden berupa pernyataan mengenai bauran promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, setiap jawaban responden mempunyai skor tertentu yang diukur dengan menggunakan skala pengukuran likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut akan digunakan menjadi acuan untuk menyusun item dalam instrumen yang berupa pertanyaan maupun pernyataan. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapat mengenai suatu jawaban. Pada umumnya opsi jawaban yang disediakan ada lima dan masing masing mempunyai nilai yang berbeda yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2. Scoring Kuisisioner

| Sangat Setuju<br>(SS) | Setuju<br>(S) | Netral<br>(N) | Tidak Setuju<br>(TS) | Sangat Tidak Setuju<br>(STS) |
|-----------------------|---------------|---------------|----------------------|------------------------------|
| 5                     | 4             | 3             | 2                    | 1                            |

Data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner yang dibagikan akan dianalisis dengan menggunakan program Statistic Package for the Social Science (SPSS). SPSS adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk menganalisis statistika.

### **3.5. Metode Analisis**

#### **3.5.1. Pengujian Instrumen**

Untuk menguji kevalidan dan reliabel butir-butir pernyataan pada kuesioner maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Peneliti terlebih dahulu melakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dengan menyebarkan 100 kuesioner.

#### 3.5.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini digunakan untuk melakukan pengujian item-item untuk mendapatkan jawaban dari kondisi yang diharapkan. Uji validitas dilakukan untuk menghitung korelasi antara setiap skor item instrumen dengan skor total. Ada pun persamaan yang di gunakan dalam uji validitas ini yaitu :

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

Keterangan :

- $r_{XY}$  : Koefisien korelasi antara x dan y
- N : Banyaknya sample
- X : Skor item
- Y : Skor total item, Arikunto (2006:275)

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table. R hitung dapat dilihat dari hasil *Corrected Item- Total Correlation*. Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak digunakan distribusi (Tabel r) untuk alpha 0.05 dengan derajat kebebasan (dk=n-2). Jika r hitung > r tabel, maka instrumen atau item pernyataan dinyatakan valid, dan jika r hitung < r tabel, maka instrumen atau item pernyataan dinyatakan tidak valid. Penelitian ini menggunakan sampel sejumlah (n) = 92, maka besar dk = 92 - 2 = 90. Dengan alpha ( $\alpha$ ) = 0.05 maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0.207.

#### 3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Disamping keharusan untuk valid, instrumen juga harus dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Suatu kuisioner dapat dikatakan dikatakan reliabel atau handal apabila jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Perhitungan reliabilitas dengan Cronbach Alpha menggunakan bantuan program spss 22.0 *for windows*. Dimana terdapat ketentuan dalam pengukuran reliabilitas dengan memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Ghazali (2006).

### 3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif. Berikut ada tiga cara uji asumsi klasik diantaranya yaitu :

#### 3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:154). Uji normalitas dilakukan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2016:154).

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan

mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain dari melihat histogram dan scatterplot, dalam penelitian ini juga dilakukan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai Asymp. Sig. (2- tailed) nya diatas 0,05 berarti data residual terdistribusi secara normal.

#### 3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2016:103). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/Tolerance$ ). Nilai cutoff yang umum yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  (Ghozali, 2016:104).

### 3.5.2.3. Uji Heterokedastisitas

“Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi yang ditemukan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain” (Ghozali, 2006:70). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas.

(Ghozali, 2006:70) untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada model regresi yaitu sebagai berikut :

Melihat grafik plot antara prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residunya (*SRESID*). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat dan tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksu, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Pengertian tersebut menjelaskan bahwa terdapat pola tertentu yang bergelombang menyempit dan melebar atau membentuk pola yang lain, maka mengiditasikan bahwa telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas atau menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.5.3. Regresi Berganda

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang) (Ghozali, 2016:94). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Bauran Promosi (X1), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Untuk menjawab Hipotesis digunakan alat analisis regresi berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi Bauran Promosi

$x_1$  = Bauran Promosi

$b_2$  = Koefisien Regresi Persepsi Harga

$x_2$  = Persipi Harga

$b_3$  = Koefisien Regresi Kualitas Layanan

$x_3$  = Kualitas Layanan

e = *Standard error*

Adapun hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah :

1).  $H_0 : b_1 = 0$  (Artinya tidak ada pengaruh bauran promosi (X1) terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

$H_a : b_1 \neq 0$  (Artinya ada pengaruh bauran promosi (X1) terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

2).  $H_0 : b_2 = 0$  (Artinya tidak ada pengaruh persepsi harga (X2) terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

$H_a : b_2 \neq 0$  (Artinya ada pengaruh persepsi harga (X2) terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

3).  $H_0 : b_3 = 0$  (Artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

$H_a : b_3 \neq 0$  (Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

4).  $H_0 : R^2 = 0$  (Artinya tidak ada pengaruh bauran promosi (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y))

$H_a : R^2 \neq 0$  (Artinya ada pengaruh bauran promosi (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Go-food* (Y)).

### 3.5.4. Pengujian Hipotesis

#### 3.5.4.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006:98). Kriteria pengambilan keputusan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel, dimana hipotesis *alternative* diterima jika :  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis dan hasil analisis uji t akan diterima jika memenuhi kriteria yaitu :

- 1). Jika nilai signifikansi variabel lebih kecil dari sig.0,05 dan nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- 2). Jika nilai signifikansi variabel lebih kecil dari sig.0,05 dan nilai  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

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

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006:100).

Hipotesis hasil analisis uji f adalah sebagai berikut :

1). Jika nilai signifikansi variabel lebih kecil dari sig.0,05 dan nilai signifikansi hitung  $> f$  tabel, maka model regresi yang menjelaskan bauran promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah tidak cocok.

2). Jika nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari sig.0,05 dan nilai signifikansi hitung  $< f$  tabel, maka model regresi yang menjelaskan bauran promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah cocok.

#### 3.5.4.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Ghozali, 2012:97). Angka R diatas 0,8 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas adalah kuat. Untuk mengetahui besarnya persentase variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat (adjusted R square). Koefisien berganda atau R square ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas, pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas (X) yang tidak dimasukkan ke dalam model.