

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang yaitu dengan membagikan kuisisioner kepada driver yang pernah melakukan transaksi online pada Grab. Waktu pelaksanaannya yang diperlukan untuk penelitian ini adalah sekitar satu bulan.

#### **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.<sup>1</sup>

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh falsafah positivisme yaitu ilmu yang valid, ilmu yang dibangun dari empiris, teramati, terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata.<sup>2</sup>

Penelitian kuantitatif biasa dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, menunjukkan hubungan

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2006), hal.2

<sup>2</sup>I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*,(Yogyakarta:ANDI, 2006), h.140

antarvariabel.<sup>3</sup>Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan driver Grab di kota Padang .Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan dibantu dengan menggunakan perangkat SPSS versi 20.

## 2. Jenis dan Sumber Data

### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti atau lembaga tertentu langsung dari sumbernya, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya dan hasil digunakan langsung oleh peneliti atau lembaga itu sendiri untuk memecahkan persoalan yang akan dicari jawabannya.<sup>4</sup>Data primer dalam penelitian ini berupa hasil penyebaran kuesioner. Penyebaran kuisisioner ini yaitu pada driver Grab yang pernah melakukan transaksi online.

### a. Data sekunder

Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

---

<sup>3</sup>*Ibid*, h. 141

<sup>4</sup>Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), hal.60

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer dipakai untuk menyebutkan serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Menurut Bungin dikutip dari Syofian Siregar populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>5</sup> Jadi populasi adalah keseluruhan objek yang dapat menjadi sumber data bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Dari penelitian ini diketahui populasi 276 pengguna aplikasi.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.<sup>6</sup> Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Walaupun demikian, untuk menggunakan teknik ini peneliti seharusnya orang yang pakar terhadap karakteristik populasi. Berdasarkan pengetahuan yang jeli terhadap populasi, maka unit-unit populasi yang diambil dapat dijadikan sebagai sampel. Misalnya, kalau kita meneliti

<sup>5</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal.30

<sup>6</sup>Endang Purwoastuti and Elisabeth Siwi Walyani, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2014), hal.65

tentang pendapat umum tentang mutu siaran televisi sebagai sampel penelitian. Hal ini berangkat dari asumsi bahwa pemilik televisi adalah orang yang lebih banyak tahu tentang acara televisi.<sup>7</sup>

Maka teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Untuk menentukan ukuran sampel, Slovin memberikan rumus sebagai berikut:

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

Di mana:

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= persen toleransi pengurangan ketidakekepatan karena masalah pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diabaikan.<sup>8</sup>

Dari penelitian yang diketahui populasi 276, maka diketahui sampel penelitian ini:

$$n = \frac{276}{1 + 276 \cdot 0,1^2}$$

$$= 73,404255319$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 73,404255319 responden, dan dapat dibulatkan sebanyak 73 responden.

<sup>7</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hal.118

<sup>8</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), hal. 180

#### D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional ini dimaksudkan untuk memberikan rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan dilapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa definisi operasional merupakan jembatan yang menghubungkan *conceptual-theoretical level* dengan *empirical-observational level*<sup>9</sup>.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut diukur dengan indikator-indikator yang diambil dari teori-teori yang berkaitan,<sup>10</sup>

Adapun variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari:

##### 1. Variabel Dependen (Y)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, criteria, konsekuensi. Variabel dependen ini disebut juga sebagai variabel terikat, dimana variabel terikat ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan driver.

Kepuasan driver dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui

<sup>9</sup>Erwan Agus Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi publik dan Masalah-masalah Sosial*,(Yogyakarta: Gava Media, 2011), hal. 18

<sup>10</sup>Sugiyono, *op.cit.*,hal. 38

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 59



produk yang dikonsumsi. Indikator-indikator kepuasan driver yaitu kepuasan pelanggan

## 2. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah:

### a. Kualitas pelayanan (X)

Kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa.

**Tabel 3.1**  
Definisi Operasional

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Alat Ukur
Bukti Fisik (tangible) X1	Berkenaan dengan daya tarik, kapasitas fisik, perlengkapan dan material yang diisyaratkan Grab, serta penampilan driver Grab.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grab mensyaratkan supaya driver menggunakan kendaraan yang memenuhi standar Grab</li> <li>2. Informasi dari Grab yang digunakan driver mudah dimerngerti</li> <li>3. Grab mensyaratkan untuk memakai atribut perusahaan saat berkendara</li> <li>4. Aplikasi Grab mudah digunakan</li> </ol>	Skala Likert

<sup>12</sup>Sugiyono, *op.cit.*, hal.59

		<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Petugas Grab berpenampilan rapi saat melayani driver</li> <li>6. Grab mensyaratkan peralatan cangih untuk menunjang kebutuhan driver.</li> </ol>	
Kehandalan (reability) X2	Kemampuan Grab untuk memberikan layanan yang akurat tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan layanan sesuai dengan waktu yang disepakati kepada pengguna Grab.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grab mensyaratkan driver handal dalam berkendara</li> <li>2. Grab mensyaratkan driver untuk konsisten dengan jadwal yang telah ditetapkan Grab</li> <li>3. Aplikasi Grab mudah untuk mengakses jaringan</li> <li>4. Sistem jaringan yang digunakan Grab untuk pemesanan sangat cepat</li> <li>5. Grab mensyaratkan driver yang dapat dipercaya menjaga keselamatan saat berkendara</li> <li>6. Waktu tempuh yang diberikan Grab lebih cepat.</li> </ol>	Skala Likert
Daya Tanggap (responsiveness) X3	Kesediaan dan kemampuan Grab untuk membantu para driver dan merespon permintaan mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grab memberikan solusi apabila terjadi permasalahan</li> <li>2. Grab tidak menunjukkan kesan sibuk ketika melayani driver</li> <li>3. Grab memberikan informasi yang jelas</li> <li>4. Grab sigap dalam melayani driver yang bermasalah dalam aplikasi</li> <li>5. Grab tanggap ketika driver mengalami kendala dalam berkendara</li> </ol>	Skala Likert

		6. Aplikasi Grab menghubungkan antara pelanggan dengan driver dengan cepat.	
Jaminan (assurance) X4	Perilaku Grab mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap konsumen Grab.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grab mensyaratkan driver supaya berperilaku sopan ketika melayani pelanggan</li> <li>2. Grab dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas</li> <li>3. Grab mensyaratkan driver supaya bersifat profesional kepada pelanggan</li> <li>4. Grab memberikan bonus kepada driver yang telah mencapai target</li> <li>5. Grab adalah transportasi yang memberikan rasa nyaman kepada pelanggan</li> <li>6. Grab mensyaratkan driver supaya lebih mengutamakan keselamatan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.</li> </ol>	Skala Likert
Empati (emphaty) X5	Grab memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memiliki jam operasi yang nyaman.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grab merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan keselamatan konsumen</li> <li>2. Grab peduli dengan keinginan driver</li> <li>3. Grab mendengarkan keluhan driver</li> <li>4. Grab membatasi jam operasional (kerja)</li> <li>5. Grab berkomunikasi</li> </ol>	Skala Likert



		<p>baik dengan driver untuk memberikan pelayanan yang berkualitas</p> <p>6. Grab melakukan rapat dengan driver untuk menjalin hubungan baik dengan driver</p>	
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan konsumen yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja layanan Grab yang diterima dan diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya berniat tidak memakai aplikasi lain selain dari aplikasi Grab</li> <li>2. Saya merasa puas dengan pelayanan Grab yang ramah</li> <li>3. Saya merasa puas dengan sistem jaringan Grab yang bagus</li> <li>4. Saya membutuhkan transportasi Grab dalam kegiatan sehari-hari</li> <li>5. Saya akan merekomendasikan kepada orang-orang yang belum menggunakannya</li> <li>6. Saya mendukung atas keberadaan Grab di Kota Padang.</li> </ol>	Skala Likert

#### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data.<sup>13</sup> Instrumen dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dalam bentuk angket/kuesioner yang mana angket/kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Skala liker merupakan suatu skala yang digunakan

<sup>13</sup>Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2006), hal. 168

untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian.<sup>14</sup> Responden hanya memberikan persetujuan atau tidak persetujuannya terhadap butir soal tersebut.

Skala ini dimaksudkan untuk mengukur sikap individu dalam dimensi yang sama dan individu menempatkan dirinya ke arah satu kontinuitas dari butiran soal.<sup>15</sup> Untuk variabel dependen (Y) seperti kepuasan konsumen sedangkan untuk variabel independen (X) kualitas pelayanan dengan menggunakan lima alternative jawaban yang masing-masing diberi skor 1-5.

**Tabel 3.2**  
**Daftar Skor Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya**

No	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sukjana, *Manajemen Penelitian*<sup>16</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini

adalah:

1. Wawancara/*interview*

Wawancara merupakan proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka

<sup>14</sup>Riduwan, *Metodolan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.71

<sup>15</sup>Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian gabungan*, (Jakarta:PT Fajar Interpretama Mandiri, 2014), hal.222

<sup>16</sup>Sukjana, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hal.24

mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>17</sup>Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan konsumen Grab.

## 2. Angket/kuisisioner

Menurut Riduwan dalam bukunya *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* menjelaskan bahwa angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan espons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>18</sup> Yang dijadikan sumber data dalam mengisi kuesioner penelitian ini adalah para karyawan di Kantor Kementerian Agama Pasaman Barat.

## 3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan mempelajari, memahami dan mengutip berbagai teori, konsep, pendapat, permasalahan dari para ahli yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, hasil penelitian terdahulu, literature atau buku-buku ilmiah lainnya.<sup>19</sup>

# UIN IMAM BONJOL PADANG

## G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.<sup>20</sup> Jadi dalam penelitian ini terdapat beberapa metode dan teknik analisis yang digunakan yaitu sebagai berikut:

<sup>17</sup>Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2004), hal.83

<sup>18</sup>Riduwan, *op.cit.*, hal.99

<sup>19</sup>Anak Agung Putu Agung, *op.cit.*, hal.22

<sup>20</sup>Sugiyono, *op.cit.*, hal.206

## 1. Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel.<sup>21</sup> Analisis deskriptif digunakan untuk melihat kecenderungan penyebaran data secara umum pada setiap variabel. Analisis deskriptif digunakan untuk mengelola data yang diperoleh dari responden. Dalam penelitian ini analisis deskriptif terdiri dari:

### a. Verifikasi Data

Memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pernyataan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

### b. Menghitung Nilai Jawaban Responden

Hasil jawaban responden perlu dihitung atau dikalkulasikan dalam persentase dari karakteristik responden dan hasil jawaban responden atas pernyataan yang diajukan dan kemudian agar dapat diolah manual.

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji validitas

Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data-data yang ditampung pada suatu kuisisioner dapat mengukur apa yang diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data adalah valid. Valid berarti instrument tersebut

<sup>21</sup>Iqba IHasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hal.185

dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>22</sup> Maka uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *Product Moment*

N = Jumlah individu dalam sampel

X = Angka mentah untuk variabel X

Y = Angka mentah untuk variabel Y

Jika instrumen itu valid, maka dilihat criteria penafsiran mengenai indeks korelasinya ( $r$ ) sebagai berikut:

1. Antara 0,800 sampai dengan 1,000 : sangat tinggi
2. Antara 0,700 sampai dengan 0,799 : tinggi
3. Antara 0,400 sampai dengan 0,599 : cukup tinggi
4. Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah
5. Antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid).<sup>23</sup>

#### b. Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu.<sup>24</sup> Suatu alat pengukur di katakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur suatu gejala dalam

<sup>22</sup>Anak Agung Putu Agung, *op.cit.*,hal.48-49

<sup>23</sup>Riduwan, *op.cit.*, hal.109-110

<sup>24</sup> Jonathan Sarwono, *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal.86



waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama.<sup>25</sup> Dalam pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan metode *Alfa Cronbach (a)*. metode ini digunakan untuk menguji keandalan atribut yang menggunakan skala likert. Atribut yang memiliki realibilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh lebih tinggi dari 0,60. *Alfa Cronbach* adalah nilai koefisien keandalan yang berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan keandalan (kosistensi jawaban responden) yang makin baik, demikian pula sebaliknya. Untuk menentukan keamatan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas digunakan kriteria yaitu sebagai berikut:

1. Kurang dari 0,2: hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
2. 0,20 < 0,40 : hubungan yang kecil (tidak erat)
3. 0,40 < 0,70 : hubungan cukup erat
4. 0,70 < 0,90 : hubungan yang erat (reliabel)
5. 0,90 < 1,00 : hubungan sangat erat (sangat reliabel)
6. 1,00 : hubungan yang sempurna

### 3. Pengujian Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah model regresi yang menghasilkan kanestimasi linier tidak bias (*Best Linier Unbiased Estimate/ BLUE*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi, yang disebut

<sup>25</sup>Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), hal. 74-77

dengan asumsi klasik. Asumsi klasik selengkapnya adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.<sup>26</sup> Model regresi yang baik adalah memiliki data yang terdistribusi secara normal atau mendekati normal. Untuk uji normalitas, penelitian ini menggunakan teknik uji *kolmogorov-smirnov* dengan pedoman sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima apabila  $p \text{ value (sig)} > \alpha = 0.05$
- 2) Hipotesis ditolak apabila  $p \text{ value (sig)} < \alpha = 0.05$

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas mengandung arti bahwa antara variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna, atau mendekati sempurna. Asumsi multikolinearitas

menyatakan bahwa variabel independen harus bebas dari segala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut: Nilai

TOL berkebalikan dengan VIF. TOL adalah besarnya variasi dari satu variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sedangkan VIF menjelaskan derajat suatu variabel

<sup>26</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 77

independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai TOL yang rendah adalah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/TOL$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai  $TOL > 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu yang terkait dengan hubungan ketergantungan diantara variabel, atau disebut juga dengan variabel pengganggu lainnya atau varians antar variabel independen tidak sama. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atas suatu pengamatan. Jika suatu pengamatan dan pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastiditas. Untuk menguji apakah ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*, dengan dasar analisis.

a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji autokorelasi didalam model regresi linear, harus dilakukan apabila data merupakan data time series. Sebab yang dimaksud dengan autokorelasi sebenarnya adalah sebuah nilai pada sampel atau obsevasi tertentu sangat dipengaruhi oleh nilai observasi sebelumnya.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi linear dimana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X).<sup>27</sup> Analisis ini bertujuan untuk mengaitkan dua variabel atau lebih. Dalam hal ini menghubungkan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada hotel di Lampung Padang.

Untuk mengetahui pengaruh *kualitas pelayanan* terhadap *kepuasan konsumen* digunakan model regresi linier berganda, dengan rumus:

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X= kualitas pelayanan

a = Konstanta

b= Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu

<sup>27</sup>Iqbal Hasan, *op.cit.*, hal.74

## 5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Uji Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kriteria ketentuan hipotesis sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak

### b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan driver (Y). Ketentuan uji F adalah sebagai berikut:

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak

### c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan



hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**