

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian korelasional adalah penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian.<sup>51</sup> Penelitian ini menghubungkan 3 (variabel), yaitu kualitas produk sebagai variabel bebas (X1), dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X2), sedangkan kepuasan pelanggan online sebagai variabel terikat (Y).

#### B. Operasional Variabel

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.<sup>52</sup>

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*variabel independen*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*variabel independen*) adalah kualitas produk (X1). Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*Fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Indikator dalam kualitas produk mukena yumna apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, Estetika, Kinerja dari sebuah produk, kesesuaian yang dibutuhkan, dan adanya jaminan kualitas (*quality assurance*).

---

<sup>51</sup>Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 18

<sup>52</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, ALFABETA, 2016), Hlm. 38.

Variabel bebas yang kedua adalah kualitas pelayanan (X2). Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan yumna bisa dilihat dengan adanya kesesuaian harapan dalam kinerja, karakteristik tambahan, kehandalan, kesesuaian dan daya tahannya.

## 2. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*variabel dependen*) adalah kepuasan pelanggan online (Y). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yumna yang timbul karena membandingkan kinerja dengan produk (atau hasil) terhadap harapan pelanggan. Indikator dalam kepuasan pelanggan yumna bisa dilihat dengan adanya kesesuaian harapan pelanggan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan dan menyarankan produk kepada orang lain.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Kualitas Produk**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	Kinerja ( <i>Performance</i> )	1. Desain Produk yang menarik 2. Produk Bervariasi 3. Produk memberikan kenyamanan	Interval
	Karakteristik Tambahan ( <i>Features</i> )	1. Asesoris tambahan	Interval
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	1. Bahan berkualitas 2. Jahitan produk berkualitas	Interval
	Kesesuaian ( <i>Comformance</i> )	1. Produk Sesuai dengan keinginan pelanggan 2. Produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan 3. Produk sesuai dengan harapan pelanggan	Interval
	Daya Tahan ( <i>Durability</i> )	1. Produk tahan lama 2. Warna produk tidak cepat pudar 3. Bahan produk yang digunakan tidak cepat rusak	Interval
	Estetika ( <i>Aesthetics</i> )	1. Desain indah 2. Komposisi warna produk indah	Interval

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<b>Kualitas Pelayanan (X<sup>2</sup>)</b>	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	1. Pelayanan konsisten 2. Pelayanan tepat	Interval
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	1. Tanggap terhadap keluhan 2. Respon Pelayanan	Interval
	<i>(Assurance)</i> Jaminan	1. Bertanggung jawab dalam pelayanan 2. Transaksi yang aman 3. Barang terjamin sesuai dengan gambar	Interval
	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	1. Komunikasi yang mudah 2. Mendengarkan keluhan dengan baik	Interval
	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik / Bukti Langsung)	1. Fasilitas toko online atau web tersedia 2. Gambar produk menarik 3. Spesifikasi produk jelas	Interval

**Tabel 3.3**  
**Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan Online**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<b>Kepuasan Pelanggan Online (Y)</b>	Produk	Kepuasan terhadap produk yang didapat	Interval
	Pelayanan	Pelayanan terhadap produk yang di inginkan	Interval
	Rekomendasi	Merekomendasikan kepada orang lain	Interval
	Pembelian Ulang	Keinginan untuk membeli produk kembali	Interval

### C. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarikkesimpulannya.<sup>53</sup> Populasi dalam

<sup>53</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, ALFABETA,2016), Hlm. 80.

penelitian ini adalah pelanggan perusahaan Mukena Yumna dengan jumlah 100 pelanggan online pada bulan-bulan akhir 2018.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel.<sup>54</sup> Untuk menentukan jumlah sampel dengan tingkat kesalahan yang bisa ditolelir ditentukan oleh peneliti adalah 10%, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$e^2$  = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolelir atau diinginkan ( $e = 10\%$ ).

$$\begin{aligned} n &= \frac{100}{1 + 100(0,1)^2} \\ &= 50 \end{aligned}$$

Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini adalah 50 responden

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang dipakai untuk analisa penelitian ini adalah dengan kuesioner. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti memberi pernyataan mengenai kepuasan yang mereka rasakan saat bertransaksi dengan perusahaan mukena yumna.

---

<sup>54</sup>*Ibid*

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>55</sup> Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dalam bukunya sugiyono menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>56</sup>

Setiap jawaban dihubungkan dengan pernyataan yang sifatnya positif dan negatif. Skor yang digunakan biasanya berada pada rentang 1 sampai 5. Untuk pernyataan positif, jika responden memilih jawaban “sangat setuju”, maka diberi skor 5, sedangkan untuk pernyataan negatif jika responden memilih jawaban “sangat tidak setuju”, maka diberi skor 1.<sup>57</sup>

**Tabel 3.4**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian untuk Mengukur Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Perusahaan Mukena Yumna**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Kualitas Produk (X<sup>1</sup>)</b>	Desain Produk yang menarik	1
	Produk Bervariasi	2
	Produk memberikan kenyamanan	1
	Asesoris tambahan	2
	Bahan yang berkualitas	1
	Jahitan produk berkualitas	4
	Produk Sesuai dengan keinginan pelanggan	1
	Produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan	1

<sup>55</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Yogyakarta, ALFABETA, 2013), Hlm. 178.

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, ALFABETA, 2016), Hlm. 93.

<sup>57</sup> Usman Riansa, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Bandung, ALFABETA, 2012), Hlm. 152.

	Produk sesuai dengan harapan pelanggan	3
	Produk tahan lama	1
	Warna produk tidak cepat pudar	1
	Bahan produk yang digunakan tidak cepat rusak	2
	Desain indah	1
	Komposisi warna produk indah	1
<b>Kualitas Pelayanan (X<sup>2</sup>)</b>	Pelayanan Konsisten	1
	Pelayanan tepat	2
	Tanggap terhadap keluhan	1
	Pelayanan Cepat	2
	Kemudahan dalam transaksi	1
	Bertanggung jawab dalam pelayanan	1
	Transaksi yang aman	1
	Mukena sesuai dengan gambar	2
	Komunikasi yang mudah	1
	Mendengarkan keluhan dengan baik	1
	Fasilitas toko online atau web tersedia	1
	Gambar produk menarik	2
	Spesifikasi produk jelas	2
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	Kepuasan terhadap produk yang didapat	4
	Pelayanan terhadap produk yang di inginkan	3
	Merekomendasikan kepada orang lain	1
	Keinginan untuk membeli produk kembali	1

Dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.<sup>58</sup>

Berikut ini dikemukakan cara pengujian validitas dan reabilitas instrumen yang akan digunakan untuk penelitian.

### 1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

<sup>58</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, ALFABETA, 2016), Hlm. 122.

Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur.<sup>59</sup> Untuk proses ini, akan digunakan uji korelasi *produk moment*. Uji validitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jadi uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah *koefisien alfa* dari *Croanbach* dengan menggunakan bantuan program *SPSS 23*

## F. Uji Persyaratan Analisis Data

### 1. Asumsi Dasar

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal. Penggunaan Statistik Parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dulu akan dilakukan pengujian normalitas data.<sup>60</sup> Adapun untuk penelitian ini menggunakan teknik *Chi Kuadrat* untuk menguji normalitas data.

---

<sup>59</sup>Manan abdurahman, Sambas Ali Muhidin dan Ating Somantri, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung, CV PUSTAKA SETIA, 2011), Hlm. 49.

<sup>60</sup>V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press,2015), hlm. 171

Langkah-langkah pengujian normalitas data dengan *Chi Kuadrat* adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

- 1) Merangkum data seluruh variabel yang akan diuji normalitasnya.
- 2) Menentukan jumlah kelas interval.
- 3) Menentukan panjang kelas interval.
- 4) Menyusun ke dalam tabel distribusi frekuensi, yang sekaligus merupakan tabel penolong untuk menghitung harga *Chi Kuadrat*.
- 5) Menghitung frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ), dengan cara mengalikan persentase luas tiap bidang kurva normal dengan jumlah anggota sampel.
- 6) Memasukkan harga-harga  $f_h$  ke dalam tabel kolom  $f_h$ , sekaligus menghitung harga-harga ( $f_o - f_h$ ) dan  $\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$  dan menjumlahkannya.
- 7) Harga  $\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$  adalah merupakan harga *Chi Kuadrat* ( $X_h^2$ ) hitung.
- 8) Membandingkan harga *Chi Kuadrat* hitung dengan *Chi Kuadrat* tabel. Bila harga *Chi Kuadrat* hitung lebih kecil atau sama dengan harga *Chi Kuadrat* tabel ( $X_h^2 \leq X_t^2$ ), maka distribusi data dinyatakan normal, dan bila lebih besar ( $>$ ) dinyatakan tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan tara signifikansi 0.05

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 172



## 2. Asumsi Klasik

### a. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersmama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>62</sup> Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 23 dengan menggunakan VIF. Jika nilai VIF yang dihasilkan antara 1 – 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>63</sup>

### b. Uji Heteroskedastistas

Heteroskedastistas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastistas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastistas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi problem heteroskedastistas. Uji heteroskedastistas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 23

### c. Uji autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujiannya menggunakan uji Durbin – watson (DW test). Uji autokorelasi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 23

---

<sup>62</sup> Sumanto, *Statistik terapan*, (Jakarta : (CAPS) Centre of academis publishing service, 2014), HLM. 165.

<sup>63</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Batu Press, 2015), Hlm. 185

## G. Tehnik Analisa Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian.<sup>64</sup>

Adapun langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:<sup>65</sup>

1. Tahap mengumpulkan data, dilakukan melalui instrumen pengumpulan data.
2. Tahap editing, yaitu memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrumen pengumpulan data.
3. Tahap tabulasi data, yaitu mencatat atau entri data ke dalam tabel induk penelitian. Kegiatan tabulasi meliputi hal-hal berikut:<sup>66</sup>
  - a) Memberikan skor (*scoring*) terhadap item-item yang perlu diberi skor.
  - b) Memberikan kode terhadap item-item yang tidak diberi skor.
  - c) Mengubah jenis data, menyesuaikan atau memodifikasikan dengan teknik analisis yang akan digunakan.
  - d) Memberikan kode (*coding*) dalam hubungan dengan pengolahan data jika akan menggunakan komputer.
4. Tahap mendeskripsikan data, yaitu teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel penelitian. Deskripsi data ini dapat disajikan dalam bentuk skor minimum, skor maksimum, jangkauan (*range*), mean, median, modus, standar deviasi dan variannya serta dilengkapi dengan tabel distribusi frekuensi berikut histogramnya. Selain itu dapat pula disajikan dalam

---

<sup>64</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm 103

<sup>65</sup> *Ibid.*, hlm. 104

<sup>66</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hlm. 225

bentuk nilai rata-rata per *item* dan total (keseluruhan *item*). Dari hasil deskripsi data ini dapat diketahui kondisi variabel penelitian, apakah dalam kondisi baik/tinggi, cukup/sedang, atau buruk/rendah.<sup>67</sup>

Deskripsi data ini digunakan untuk menjelaskan masing-masing variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Berikut rumus yang digunakan untuk memperoleh nilai yang dibutuhkan untuk mendeskripsikan data yakni sebagai berikut:

a. Mean (M) =  $\frac{\sum X_i}{n}$

Mean adalah teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut.

b. Modus

Modus adalah teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai yang memiliki frekuensi terbanyak atau data yang paling sering muncul dalam kelompok tersebut.

c. Median

Median adalah salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang terkecil sampai terbesar atau sebaliknya.

d. Rentang Skor

Rentang skor adalah pengurangan skor tertinggi dengan skor terendah dari masing-masing variabel.

e. Standar Deviasi (SD) =  $\sqrt{S^2}$

$$\text{Dimana } S^2 = \frac{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}{n(n-1)}$$

---

<sup>67</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 76

Hasil dari deskripsi data ini yaitu untuk mengetahui apakah kondisi variabel baik/tinggi, cukup/sedang, atau buruk/rendah dengan terpaku pada tabel interpretasi berikut ini :

**Tabel 3.5**  
**Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X1)**

<b>Total Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
22 – 43	Sangat Tidak Baik
44 – 65	Tidak Baik
66 – 87	Baik
88 – 109	Sangat Baik
110	Sangat Baik Sekali

**Tabel 3.6**  
**Interpretasi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

<b>Total Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
18 – 35	Sangat Tidak Baik
36 – 53	Tidak Baik
54 – 71	Baik
72 – 89	Sangat Baik
90	Sangat Baik Sekali

**Tabel 3.7**  
**Interpretasi Variabel Kepuasan Pelanggan Online (Y)**

<b>Total Skor</b>	<b>Interpratasi</b>
9 – 17	Sangat Tidak Puas
18 – 26	Tidak Puas
27 – 35	Puas
36 – 44	Sangat Puas
45	Sangat Puas Sekali

Tabel interpretasi yang dibuat diatas berdasarkan pada jumlah item instrumen untuk masing-masing variabel yang kemudian dikalikan dengan nilai skor peritem yaitu mulai dari nilai skor minimal 1 sampai dengan nilai maksimal 5, sesuai dengan skala *Likert* yang digunakan.

5. Tahap pengujian hipotesis, yaitu tahap pengujian terhadap proposisi-proposisi yang dibuat apakah proposisi tersebut ditolak atau diterima, serta bermakna atau tidak. Atas dasar pengujian hipotesis inilah selanjutnya keputusan dibuat.

a. Penentuan Hipotesis

1)  $H_{o1} : \rho = 0$ ; Tidak dapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Y) di Perusahaan Mukena Yumna.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Y) di Perusahaan Mukena Yumna.

2)  $H_{o2} : \rho = 0$ ; Tidak dapat pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Y) di Perusahaan Mukena Yumna.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Y) di Perusahaan Mukena Yumna.

3)  $H_{o3} : \rho = 0$ ; Tidak dapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Y) di Perusahaan Mukena Yumna.

$H_{a3} : \rho \neq 0$ ; Terdapat pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Y) di Perusahaan Mukena Yumna.

b. Uji Hipotesis dengan Koefisien Korelasi

1) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval atau ratio.<sup>68</sup> Korelasi sederhana ini menunjukkan hubungan masing-masing antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan online (Y) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan pelanggan online (Y).

---

<sup>68</sup>Ridwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 217

## 2) Korelasi Berganda

Korelasi ganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dari satu variabel dependen.<sup>69</sup>

Korelasi ini menunjukkan hubungan secara simultan antara variabel kualitas produk (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Untuk mengetahui uji koefisien korelasi tinggi, sedang, rendah, maka perlu diinterpretasikan terlebih dahulu mengenai nilai koefisien korelasi sederhana dan nilai koefisien korelasi ganda. Interpretasi tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.8**  
**Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

### c. Perhitungan Koefisiensi Determinasi ( $r^2$ )

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan Koefisien Determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varians yang terjadi

---

<sup>69</sup> Sugiyono, Statistik untuk penelitian, (Bandung: Alfabet, 2015), Hlm. 231

pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.<sup>70</sup>

Untuk melihat seberapa besar pengaruh Kualitas produk (X1) terhadap Kepuasan pelanggan online (Y) dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan online (Y), dapat dicari dengan menggunakan koefisien determinasi dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi yang ditemukan dengan rumus:<sup>71</sup>

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

#### d. Analisis Regresi

##### 1) Analisis Regresi Sederhana

Pada umumnya, analisis regresi sederhana terdiri atas dua variabel. Satu variabel yang berupa variabel terikat dan variabel kedua yang berupa variabel bebas. Regresi sederhana ini menyatakan hubungan kausalitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas.<sup>72</sup>

Bentuk umum dari persamaan regresi sederhana dinyatakan dengan persamaan matematika, yaitu:<sup>73</sup>

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = nilai prediksi dari variabel Y berdasarkan nilai variabel X

a = titik potong Y; merupakan nilai bagi Y ketika X = 0

<sup>70</sup>*Ibid.*

<sup>71</sup>*Ibid.*

<sup>72</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 131

<sup>73</sup> Albert Kurniawan, *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*, (Yogyakarta : MediaKom, 2010), Hlm

$b$  = kemiringan atau slope atau perubahan rata-rata dalam  $Y$  untuk setiap perubahan dari satu unit  $X$ , baik berupa peningkatan maupun penurunan.

$X$  = nilai variabel  $X$  yang dipilih

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan Online ( $Y$ ).

## 2) Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.<sup>74</sup>

Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis hubungan linier antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen. Rumusnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_n X_n$$

Dimana :

$Y$  = Variabel Dependen,  $X_1, X_2, \dots, X_n$  = Variabel Independen

$A$  = Konstanta,  $b_1, b_2, \dots, b_n$  = Koefisien regresi

## e. Uji Signifikansi

### 1) Uji Signifikansi dengan Uji T

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

---

<sup>74</sup>Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 134



Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing  $t_{hitung}$ . Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

## 2) Uji Signifikansi dengan Uji F

Uji F digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji f dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel , jika  $F_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Tapi jika signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## H. Tempat dan Jadwal

### 1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan Mukena Yumna yang beralamat di jalan Raden Adiwirangun, Linggajaya, Mangkubumi, Tasikmalaya, Jawa Barat 46182

## 2. Jadwal Penelitian

**Tabel 3.15**  
**Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Periode															
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	agust	sept	Okt	Nov	Des	
1	Menentukan Tema dan Identifikasi Masalah																
2	Mengajukan Judul																
3	Penyusunan Proposal Penelitian																
4	SeminarUsulan Penelitian																
5	Pengumpulan, pengolahan data menganalisa data																
6	Penyusunan dan laporan hasil Penelitian																
7	Sidang Skripsi																