

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

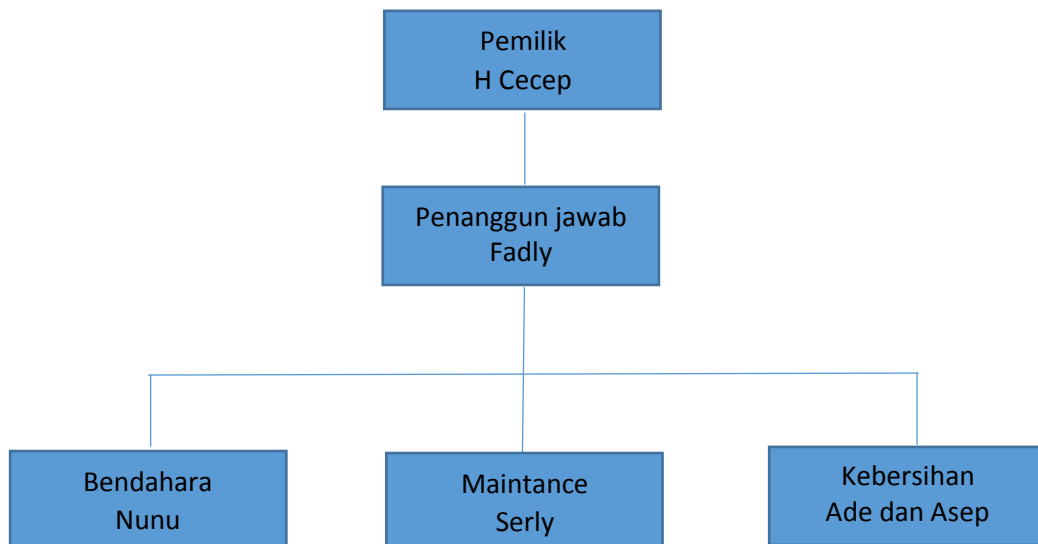
Adapun Adapun objek pada penelitian ini adalah konsumen Mini Soccer 88 Ciamis dengan ruang lingkup penelitian mengenai “Pengaruh Lokasi, Daya Tanggap, Dan Kepuasan Konsumen”.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada awalnya melihat dari potensi yang ada berjamurnya lapang futsal di kota kota besar di Indonesia dan hal ini menjadi lahan bisnis yang cukup menjanjikan. Pertumbuhan bisnis futsal di Indonesia sangat signifikan, kalau boleh dibilang luar biasa. Namun munculnya ide baru dimana satu keluarga menciptakan terobosan yang dibilang cukup brilian dimana mereka menciptakan lapang sepak bola mini yang dimainkan secara outdoor yang sangat berbeda dengan futsal yang mana dimainkan di dalam ruangan, tidak kalah dengan lapang futsal rumput sintetis atau dengan rumput buatan yang berkualitas tinggi, lapang sepak bola mini atau yang lebih dikenal dengan mini soccer juga memberikan kualitas yang sangat baik, Mini Soccer 88 Ciamis pertama didirikan pada bulan Agustus 2016 dan peresmiannya baru dibuka pada 14 febuari 2017 lokasinya di Jl Budi Asih Dusun Gn Rasa Rt 13/Rw 07 Desa Gunungcupu Kecamatan Sindang Kasih Ciamis Jawa Barat. Dengan waktu yang singkat anino masyarakat atau konsumen lapang mini soccer atau sepakbola mini ini sangat tinggi dimana sepakbola mini mampu bersaing dengan lapang futsal yang telah lebih dahulu dikenal oleh masyarakat.

3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi merupakan susunan yang terdiri dari fungsi-fungsi dan hubungan yang menyertakan seluruh kegiatan untuk mencapai suatu sasaran yang secara fisik dapat dinyatakan dalam bentuk bagan yang memperlihatkan hubungan unit organisasi dari garis-garis wewenang yang ada. Adapun struktur organisasi Mini Soccer 88 Ciamis, sebagai berikut :



Sumber : Mini Soccer 88 Ciamis

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Mini Soccer 88 Ciamis

3.1.3 Uraian Tugas atau *Job Description*

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

Pemilik

- Menentukan strategi perusahaan

- Menjamin hubungan dengan relasi internal dan eksternal

Penanggung jawab Lapangan

- Bertanggung jawab atas semua kegiatan yang terjadi di lapangan
- Menerima saran dan masukan dari konsumen kemudian melaporkannya pada pemilik
- Memastikan setiap fasilitas yang ada dalam keadaan yang baik

Bendahara

- Mencatat setiap kegiatan transaksi
- Membuat laporan keuangan harian
- Menyerahkan hasil transaksi kepada pemilik

Maintenance

- Mengontrol setiap fasilitas supaya berfungsi dengan baik
- Memperbaiki setiap sarana dan prasarana apabila terjadi kerusakan

Petugas Kebersihan

- Menjamin terjaganya kebersihan dilingkungan lapangan

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survey, menurut Gima Sugima (2008:135): “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang – orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Yang terdiri dari :

X_1 = Lokasi

X_2 = Daya Tanggap

2. Variabel terikat atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu Kepuasan konsumen.

Untuk lebih jelasnya kedua variabel tersebut dioperasionalkan pada :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Lokasi (X1)	Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas usaha yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu dalam penentuannya yang bertujuan untuk membantu aktivitas perusahaan Mini Soccer 88	1. Akses	1. Dapat dilalui angkutan umum	Ordinal
		2. Visibilitas	1. Lapangan dapat Terlihat	
		3. Traffic	1. Lapangan berada keramaian orang	
		4. Parkir	1. Aman 2. Luas	
		5. Ekspansi	1. Perluasan Lapangan	
		6. Lingkungan	1. Sesuai dengan	

	Ciamis supaya lancar, efektif dan efisien		kebutuhan lingkungan sekitar	
		7. Persaingan	1. Jarak antar kompetitor	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		8. Peraturan Pemerintah	1. Undang-undang	
Daya Tanggap (X2)	Daya tanggap adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (<i>Responsive</i>) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.	1. Pelayanan tanggap	1. Sigap dalam melayani konsumen	Ordinal
		2. Pelayanan cepat	1. Cepat dalam melayani	
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari kedekatan antara harapan (<i>expectation</i>) konsumen dengan prestasi produk yang dirasakan konsumen.	1. Akses	1. Kepuasan dapat dilalui angkutan umum	Ordinal
		2. Visibilitas	1. Kepuasan lapangan dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan	
		3. Traffic	1. Kepuasan lapangan di keramaian orang	
		4. Parkir	1. Kepuasan keamanan 2. Kepuasan luas lahan	
		5. Ekspansi	1. Puas dalam perluasan lapangan	

(1)	(2)	6. Lingkungan	1. Kepuasan sesuai dengan kebutuhan lingkungan	(5)
		(3)	(4)	
		7. Persaingan	1. Tidak puas adanya jarak antar kompetitor	
		8. Peraturan pemerintah	1. Puas dengan adanya undang-undang	
		9. Pelayanan tanggap	1. Tingkat kepuasan tinggi dalam Sigap melayani konsumen	
		10. Pelayanan cepat	1. Kepuasan dalam Cepat melayani	

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Field Research*, yaitu teknik pengumpulan data yang secara langsung diperoleh dari objek yang diteliti dengan cara sebagai berikut:

a) Kuesioner

Menyebarkan daftar pernyataan kepada para konsumen untuk mengidentifikasi tanggapan mereka mengenai variabel yang diteliti di

perusahaan sehingga responden tinggal memilih alternatif dari jawaban yang telah disediakan.

Setiap jenis responden dinilai dengan menggunakan skala sikap yang berpedoman kepada skala likert. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif. Setiap jenis responden dinilai sesuai arah pernyataan yaitu :

- Untuk pernyataan positif skala nilai yang dipergunakan adalah 5-4-3-2-1
- Untuk pernyataan negatif skala nilai yang dipergunakan adalah 1-2-3-4-5

b) Teknik Wawancara

Yakni teknik ini digunakan sebagai alat pengumpul data dengan cara mengadakan komunikasi langsung (wawancara) kepada pihak yang terkait mengenai pernyataan yang menyangkut masalah inovasi produk, desain bangunan dan keunggulan bersaing.

c). Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pad subjek penelitian. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mempelajari buku buku literatur maupun dokumen dokumen resmi seperti peraturan-peraturan dan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan subjek penelitian.

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu :

- Sumber data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara langsung dengan pihak Mini Soccer 88 Ciamis

- Sumber data sekunder

Data yang dikumpulkan dari pihak lain sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, literatur, artikel, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diteliti.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi menurut Sugiyono (2006:62) merupakan keseluruhan elemen, atau unit elementer, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian. Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis dengan jumlah konsumen per hari adalah 192 orang pada bulan Desember 2017.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2006:63) sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Untuk menentukan sampel yang diambil penulis berpedoman pada teori yang dikemukakan oleh Djalaludin Rahmat (2002 : 89) dengan Rumus sebagai berikut :

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

Keterangan : N = Ukuran Populasi

n = Ukuran Sampel

d = 10%

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis dengan jumlah konsumen per hari adalah 192 orang.

Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut :

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

$$= \frac{192}{192(0,1)^2 + 1}$$

=65,75 dibulatkan menjadi 66

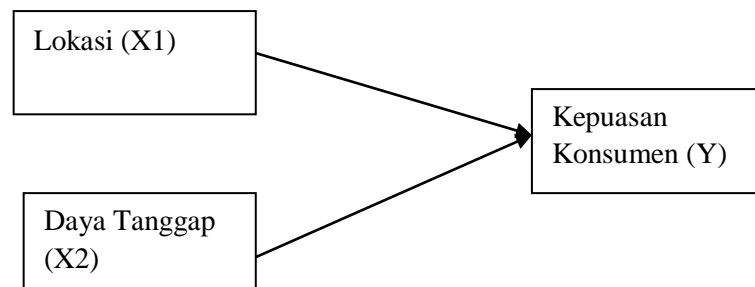
Maka berdasarkan perhitungan diatas di dapatkan nilai n yaitu sebesar minimal 66 konsumen. Sehingga banyaknya sampel yang akan di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 66 responden.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah dengan teknik pengambilan *non probability sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan kemudahan (*accidental sampling*). Prosedurnya adalah

semata-mata langsung menghubungi unit-unit penarikan sampel yang mudah dijumpai.

3.3 Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan mengenai pengaruh lokasi dan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen, penulis membuat paradigma sebagai berikut:



Gambar 3.2
Paradigma Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh lokasi dan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen.

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

3.4.1.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur ini mengukur apa yang akan diukur (Singarimbun dan Effendi, 2002). Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor dengan menggunakan *Pearson Product Moment*

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 16.

Jika $\text{sig.} \leq \alpha$ (0.05), maka pernyataan valid.

Jika $\text{sig.} > \alpha$ (0.05), maka pernyataan gugur (tidak valid).

(Husein Umar, 2002: 180)

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih (Singarimbun dan Effendi, 2002). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukur itu reliable. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach*. Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 16. Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah :

Jika $\text{sig.} \leq \alpha$ (0.05), maka pernyataan reliabel.

Jika $\text{sig.} > \alpha$ (0.05), maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

(Husein Umar, 2002: 125 -127)

3.4.2 Analisis Terhadap Kuesioner

Untuk memperoleh data yang akan dianalisis atas kedua variabel tersebut dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan, dari setiap pernyataan

yang dimiliki pilihan jawaban responden, bentuk jawaban bernotasi / huruf SS, S, TAP, TS, dan STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1 untuk pernyataan positif dan 1-2-3-4-5 untuk pernyataan negatif.

Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pertanyaan tertutup yang berskala normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3.2
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.3
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Setuju	S	Rendah
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

Perhitungan hasil kuesioner dengan persentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

(Sudjana, 2000:76)

Dimana:

X = jumlah prosentase jawaban

F = jumlah jawaban/ frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \quad (\text{Sudjana, 2000:79})$$

3.4.3 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive Interval*. Menurut Al-Rasyid (2000:12), menyatakan bahwa skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut:

- Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$
- Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = \sum_{j=1}^i P_j$).
- Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.

- Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

3.4.4 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Bagi pembuat model, asumsi merupakan anggapan pengarang dalam membentuk model statistic yang dapat digunakan dalam kondisi tertentu. Sedangkan bagi pengguna model, asumsi merupakan batasan yang berguna untuk mengetahui apakah model statistic yang digunakan layak untuk kondisi data pengamatan.

3.4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linier yang baik. Uji normalitas dilakukan pada nilai residual model. Asumsi normalitas dapat diperiksa dengan pemeriksaan output normal P-P plot atau normal Q-Q plot. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Suliyanto: 2009: 76).

Asumsi normalitas terpenuhi ketika pengujian normalitas menghasilkan P-value ($\text{sign.} > \alpha$) dengan nilai α ditentukan sebesar 1%, 5% atau 10%. Analisis statistik untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan melalui analisis statistik yang salah satunya dapat dilihat melalui *Kolmogorov Smirnov-test* (K-S). Menurut Imam Ghozali (2005), bahwa distribusi data dapat dilihat dengan membandingkan Z hitung dengan tabel Z tabel dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai probabilitas (Kolmogorov-Smirnov) $<$ taraf signifikansi 5% (0,05), maka distribusi data dikatakan normal.
- Jika nilai probabilitas (Kolmogorov Smirnov) $>$ taraf signifikansi 5% (0,05), maka distribusi data dikatakan tidak normal.

3.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian asumsi residual dengan varians tidak konstan. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menampilkan scatter plot dari nilai ZPRED (nilai prediksi sumbu x) dengan SRESID (nilai residual sumbu y). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik (<http://statsdata.my.id>). Pola yang dimaksud adalah seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Apabila pola tidak jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Suliyanto: 2009: 76).

Uji Heteroskedastis dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS 16.0 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Buka *File*: Data Regresi

- Pilih *AnalyzeRegressionLinier*
- Masukkan variabel Y : pada kotak *Dependent*
X1, X2 : pada kotak *Independent*
- *Save* pada *Residual* : klik *Unstandardized* (bertujuan untuk membuat variabel/kolom baru pada data yaitu res_1)
- Abaikan pilihan yang lain OK

3.4.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian asumsi residual yang memiliki korelasi pada periode ke-t dengan periode sebelumnya (t-1). Harapannya, model regresi memiliki residual yang sifatnya tidak ada autokorelasi (<http://statsdata.my.id>). Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat dilakukan uji statistik melalui uji *Durbin-Watson* (DW test) (Suliyanto: 2009: 76). Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- $1.65 < DW < 2.35$ maka tidak ada auto korelasi
- $1.12 < DW < 1.65$ atau $2.35 < DW < 2.79$ maka tidak dapat disimpulkan
- $DW < 1.21$ atau $DW > 2.79$ maka terjadi autokorelasi

3.4.4.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik memiliki variabel-variabel bebas yang tidak berkorelasi.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (Suliyanto: 2009).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model ini adalah sebagai berikut :

- Nilai R² sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- Menganalisa matrik korelasi antar variabel bebas. Jika terdapat korelasi antar variabel bebas yang cukup tinggi ($> 0,9$), hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- Dilihat dari nilai VIF dan *tolerance*. Nilai *cut off tolerance* $< 0,10$ dan VIF > 10 , berarti terdapat multikolinieritas.

Jika terjadi gejala multikolinieritas yang tinggi, *standard error* koefisien regresi akan semakin besar dan mengakibatkan *confidence interval* untuk pendugaan parameter semakin lebar. Dengan demikian terbuka kemungkinan terjadinya kekeliruan yaitu menerima hipotesis yang salah. Uji multikolinieritas dapat dilaksanakan dengan jalan meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antar variabel independen dengan menggunakan *variance inflating factor* (VIF). Batas VIF adalah 10 apabila nilai VIF lebih besar dari pada 10 maka terjadi multikolinieritas (Suliyanto : 2009: 76).

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini dibantu dengan aplikasi SPSS 16.0 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Buka *file* : Data Regresi 1
- Pilih *Analyze Regression Linier*
- Masukkan variabel Y pada kotak *Dependent*
X1, X2 pada kotak *Independent*

- Pilih *Statistics* pada *Regression Coefficients* :
Aktifkan *Covariance Matrix* dan *Collinierity Diagnostics*
Non aktifkan *Estimates* dan *Model Fit*
- Abaikan pilihan lain, klik OK

3.4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena data yang digunakan merupakan data absolut dan peneliti hanya ingin mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tanpa mengetahui hubungan antar variabel X.

Menurut Sugiyono (2010:211) model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

α = *Intercept*

β_i = Koefisien Regresi

X1 = Lokasi

X2 = Daya Tanggap

Untuk mengukur derajat pengaruh Lokasi dan Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen, penulis menggunakan analisis regresi berganda, yaitu analisis yang mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, untuk mengetahui derajat pengaruh dari variabel yang satu terhadap variabel lain.

Adapun formula untuk mencari koefisien korelasi berganda adalah sebagai berikut:

Untuk menghitung koefisien determinasi rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\% \quad \text{Sugiyono (2003:216)}$$

Kd = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi dikuadratkan

Dan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh faktor lain di luar variabel yang diteliti dapat dipergunakan koefisien non determinasi yang dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$Knd = (1 - r^2) \times 100\% \quad \text{Sugiyono (2003:216)}$$

3.4.6 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan secara bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F dengan rumus (sugiyono, 2005 : 218) sebagai berikut :

$$F = \frac{r^2 I(k - 1)}{(1 - r^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan :

F = Nilai F hitung

r^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Adapun kriteria hipotesis secara simultan dengan tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df)(k-1) maka :

$H_0 : \beta_j = 0$ Berarti tidak ada pengaruh lokasi dan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis

$H_a : \beta_j \neq 0$ Berarti ada pengaruh lokasi dan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis

Untuk menguji tingkat signifikan secara parsial apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen digunakan uji t dengan rumus (Mustapa, 2000:140) sebagai berikut :

$$t = \frac{\beta_j}{S\beta_j}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

β_j = Koefisien regresi

$S\beta_j$ = kesalahan baku regresi

Kriteria Hipotesis secara parsial:

$H_{01} : \beta_j = 0$ berarti tidak ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis

$H_{a1} : \beta_j \neq 0$ berarti ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis

$H_{02} : \beta_j = 0$ berarti tidak ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis

$H_{a2} : \beta_j \neq 0$ berarti ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Mini Soccer 88 Ciamis

Dengan derajat kebebasan (df) = k dan (n-k-1) dan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0.05$, maka : H_0 diterima jika $\alpha (0,05) < sig$ H_0 ditolak jika $sig \geq \alpha (0,05)$

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 16.0 dan *Microsoft Office Excel 2007*.