

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan kepuasan pelanggan Chiller Café Tasik.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei, yang bertujuan untuk menguji kebenaran teori melalui pengumpulan data empiris sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Chiller Cafe yang dipilih sebagai sampel dari populasi penelitian. Melalui metode ini, data yang terkumpul dianalisis untuk menguji hipotesis dan memverifikasi teori yang relevan (Creswell et al., 2020).

3.2.1 Operasional Variabel

Variabel penelitian mengacu pada karakteristik atau atribut individu atau organisasi yang dapat diukur atau diamati dan bervariasi di antara orang atau organisasi yang sedang dipelajari. Varians ini berarti bahwa skor dalam situasi tertentu jatuh ke dalam setidaknya dua kategori yang saling eksklusif (Creswell, 2018). Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variable (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
<i>Tangibles</i> (X ₁)	kondisi fasilitas dan sarana yang terlihat secara langsung oleh pelanggan, seperti peralatan, penampilan karyawan, dan fasilitas	1) Kemampuan Fisik 2) Peralatan 3) Komunitas Material	1. Penampilan karyawan terlihat rapi dan profesional. 2. Fasilitas dan peralatan yang digunakan dalam kondisi baik dan layak pakai.	Ordinal

Variable (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
			3. Teknologi pendukung pelayanan berfungsi dengan baik dan efisien. 4. Kebersihan lingkungan kafe terjaga dengan baik. 5. Suasana kafe memberikan rasa nyaman bagi pelanggan. 6. Tata letak ruangan tertata rapi dan memudahkan pelanggan dalam beraktivitas.	
<i>Emphaty</i> (X ₂)	Aktivitas untuk memahami pikiran dan perasaan orang lain serta persepsi dan perasaan pengamat tentang situasi yang dialami orang lain tanpa kehilangan kendali diri.	1) Kemudahan dalam Melakukan Hubungan Komunikasi 2) Memahami Kebutuhan Pelanggan 3) Perhatian Pribadi	1. Karyawan mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan bantuan. 2. Karyawan memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan atau permintaan pelanggan. 3. Karyawan menunjukkan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. 4. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.	Ordinal

Variable (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
			5. Karyawan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan. 6. Karyawan menanggapi dan menangani keluhan pelanggan dengan baik.	
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap terhadap kebutuhan maupun permintaan pelanggan.	1) Keinginan para Staff untuk Membantu Pelanggan 2) Memberikan pelayanan secara cepat dan responsif.	1. Karyawan segera memberikan bantuan kepada pelanggan saat dibutuhkan. 2. Karyawan proaktif saat dibutuhkan. 3. Karyawan cepat menanggapi permintaan. 4. Layanan diberikan tanpa menunda.	Ordinal
<i>Reliability</i> (X ₄)	Kemampuan Chiller Café Tasik untuk memberikan pelayanan yang Dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan	1) Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera	1. Layanan diberikan sesuai janji. 2. Pelayanan dilakukan tepat waktu. 3. Informasi yang diberikan akurat.	Ordinal

Variable (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
	dengan segera, akurat, dan memuaskan.	2) Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat. 3) Kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan.	4. Layanan dilakukan dengan benar. 5. Layanan memenuhi harapan. 6. Pelanggan puas dengan hasil pelayanan.	
<i>Assurance</i> (X ₅)	Kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.	1) Pengetahuan Pegawai 2) Perilaku Pegawai 3) Kemampuan Pegawai	1. Karyawan memiliki pengetahuan yang baik. 2. Karyawan mampu menjelaskan layanan dengan jelas. 3. Karyawan bersikap sopan dan ramah. 4. Karyawan menunjukkan sikap profesional 5. Karyawan percaya diri saat melayani. 6. Karyawan kompeten dalam pekerjaannya.	Ordinal

Variable	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kepuasan Konsumen (Y)	Perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap harapan mereka di Chiller Café Tasik.	1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung kembali 3) Ketersediaan untuk menyarankan	1. Layanan sesuai harapan pelanggan 2. Pelanggan puas dengan layanan yang diterima. 3. Pelanggan ingin kembali menggunakan layanan ini. 4. Pelanggan merasa nyaman untuk berkunjung kembali. 5. Pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain. 6. Pelanggan yakin layanan ini layak disarankan.	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Yaitu merupakan data yang diperoleh dari objek penelitian melalui responden pada pelanggan Chiller cafe mengenai tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance, dan kepuasan pelanggan.

2. Data Sekunder

Yaitu merupakan data yang diolah pihak lain yang diperoleh dari lembaga atau instansi yang berhubungan dengan objek penelitian atau studi kepustakaan mengenai *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan kepuasan pelanggan.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah keseluruhan kasus atau elemen dari mana sampel diambil (Firmansyah & Dede, 2022). Populasi juga diartikan sebagai kumpulan subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang menjadi area generalisasi. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Chiller Café Tasik. Berdasarkan data penjualan yang dihimpun oleh manajemen Chiller Café selama tiga bulan terakhir, tercatat bahwa rata-rata jumlah pengunjung mencapai sekitar 410 hingga 500 orang per minggu (Chiller Café Tasik, 2025). Dengan demikian maka, peneliti memutuskan mengambil rata-rata jumlah populasi terbesar yaitu 500 orang per minggu sebagai populasi penelitian.

3.2.2.3 Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dengan metode tertentu sehingga dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi (Suliyanto, 2022). Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili). Pengambilan sampel penelitian akan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Eliot M. Slovin (Slovin, 1960). Rumus slovin dapat

digunakan jika besarnya populasi penelitian sudah diketahui. Berikut adalah rumus Slovin dalam (Sukwika, 2023).

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

Di mana:

N = Populasi

n = Ukuran sampel

$e^2 = \text{standar error (e=10\%)}$

Jadi untuk populasi (N) sebanyak 500 jumlah konsumen, dengan nilai kritis yang diinginkan (e) sebesar 10% karena populasi yang kecil. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Sugiyono, 2018), menyatakan bahwa nilai kritis dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan dan kondisi penelitian, maka ukuran sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{500}{1 + 500(0,1)^2} = 83,33 \approx 84$$

Berdasarkan perhitungan sampel minimal di atas, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel sebesar 84 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2012: 80). Seperti yang telah dikemukakan bahwa, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, dengan demikian kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Merupakan pelanggan Chiller Cafe di Kota Tasikmalaya.
- 2) Minimal melakukan pembelian lebih dari tiga kali.

3.2.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuesioner (angket) yang diberikan kepada responden, yaitu pengunjung Chiller Cafe mengenai *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan kepuasan pelanggan. Penyebaran secara luring ini dilakukan dengan mempertimbangkan pelaksanaan pengumpulan data yang lebih efisien dalam segi waktu, kemudahan akses dan fleksibilitas, keamanan dan kerahasiaan, dan kemudahan dalam pengolahan data.

Adapun skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Skala Likert. Menurut Sanusi (2017:59), Skala Likert merupakan skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert Untuk Pernyataan Positif

Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sanusi,2017

Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert Untuk Pernyataan Negatif

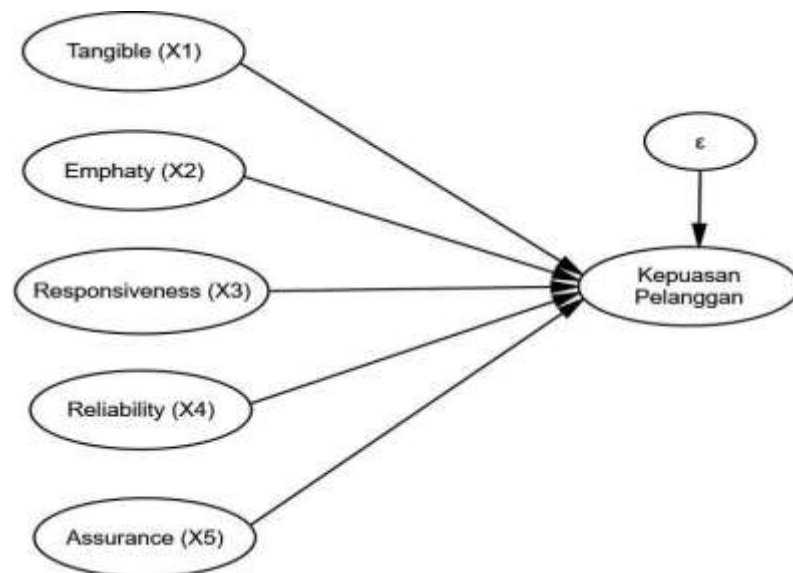
Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: Sanusi, 2017

Setiap pertanyaan yang berhubungan dengan ketiga variabel (variabel eksogen, dan variabel endogen). Semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan. Untuk menganalisis setiap pertanyaan indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori dan jumlahkan.

3.3 Model Penelitian

Dalam penelitian digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan yaitu *Tangibles*, *Emphaty*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, Dan Kepuasan Pelanggan yang digambarkan dalam model penelitian berikut:



Gambar 3. 1 Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini maka akan dianalisis dengan menggunakan statistik, data penelitian adalah segala angka dan fakta yang dapat digunakan dan dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Dalam

penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan alat analisis data menggunakan *software* SPSS. Menurut Ghazali, (2018) analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Menurut Nafiudin et al., (2021) Analisis regresi linear berganda bermaksud mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain.

3.4.1 Uji Instrumen

Instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner akan diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan dalam penelitian utama. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat ketepatan dan keakuratan yang memadai, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan keadaan atau fenomena yang sebenarnya dan mendukung penarikan kesimpulan yang tepat. Menurut Anam, (2017) untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan obyektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar.

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mampu secara akurat mengukur variabel yang diteliti. Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila dapat mengungkapkan nilai variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam proses pengujian validitas, penting untuk memahami langkah-langkah yang diperlukan. Sebagaimana diungkapkan oleh

Indrawan & Yuniawati (2014), salah satu prosedur yang digunakan untuk menentukan validitas instrumen adalah dengan menghitung koefisien validitas menggunakan korelasi *product moment* pada setiap butir pertanyaan, kemudian membandingkan nilai koefisien yang diperoleh dengan nilai kritis pada tabel korelasi.

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tersebut tidak valid

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam sebuah kuesioner, yaitu menilai apakah alat ukur tersebut memberikan hasil yang konsisten ketika pengukuran dilakukan secara berulang (Priyatno, 2017:79). Uji reliabilitas ini merupakan tahap lanjutan setelah uji validitas, di mana hanya item yang telah terbukti valid yang diuji reliabilitasnya. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah rumus *Alpha Cronbach*, yang perhitungannya dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Uji reliabilitas mengukur sejauh mana alat ukur dapat diandalkan untuk mengukur fenomena yang sama secara konsisten. Salah satu metode untuk menghitung reliabilitas adalah dengan teknik belahan dua (*split-half*), di mana item pada kuesioner dibagi menjadi dua kelompok: kelompok pertama mencakup semua item bernomor ganjil, sedangkan kelompok kedua mencakup semua item bernomor genap (Hakim et al., 2023). Pada penelitian ini, teknik *Cronbach Alpha* digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas, dengan tujuan memastikan bahwa alat ukur

memberikan hasil yang konsisten dan reliabel dalam mengukur gejala atau variabel yang sama.

- a. Jika *Cronbach Alpha* $> 0,6$ dinyatakan reliabel.
- b. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,6$ dinyatakan tidak reliabel.

3.4.2 Uji asumsi klasik

Menurut Basuki (2022), pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memastikan validitas data yang digunakan dalam penelitian, serta memastikan bahwa data tersebut tidak bias, konsisten, efisien, dan memenuhi persyaratan dasar regresi pada data panel. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang diterapkan meliputi aspek-aspek berikut.

3.4.3.1 Uji normalitas

Menurut Ghozali, (2018), uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa dalam model regresi, variabel atau residual memiliki distribusi normal. Distribusi normal pada data akan mengurangi risiko bias (Kurnia, 2018). Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah residual yang dihasilkan oleh model regresi mengikuti distribusi normal. Model regresi yang berkualitas baik ditandai dengan residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode yang dapat digunakan untuk uji normalitas antara lain: mengamati pola penyebaran data pada grafik Normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual* atau menggunakan uji statistik seperti *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (Tala & Karamoy, 2017). Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* Ghozali (2018).

1. Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima yang berarti data berdistribusi normal.
2. Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti data tidak berdistribusi normal

3.4.3.2 Uji multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk memastikan apakah terdapat kesamaan yang signifikan antara variabel independen dalam suatu model. Korelasi yang sangat kuat di antara variabel-variabel independen menunjukkan tingkat keserupaan yang tinggi. Selain itu, pengujian ini juga bertujuan untuk menghindari bias dalam pengambilan keputusan terkait pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Fadhil (2022), suatu model dikatakan mengalami multikolinearitas apabila nilai toleransi kurang dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) melebihi 10.

- a. Jika $VIF > 10$ atau *Tolerance value* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau *Tolerance value* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.4.3.3 Uji heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah prosedur untuk mengidentifikasi ketidaksamaan varians pada variabel dalam model regresi, yang menunjukkan bahwa varians residual tidak bersifat konstan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Untuk menguji keberadaan heteroskedastisitas, digunakan metode *Spearman's rho*, di mana semua variabel dalam model diregresikan

terhadap nilai absolut dari residualnya. Pengujian ini dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS, sebagaimana dijelaskan oleh (Sahir, 2022).

1. Jika nilai signifikan (sig) > dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.
2. Jika nilai signifikan (sig) < dari 0,05 maka dapat dikatakan terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3.4.3.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali, (2018), uji autokorelasi bertujuan untuk mengidentifikasi adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model regresi linear. Apabila terdapat korelasi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa masalah autokorelasi muncul. Sebuah model regresi yang baik seharusnya bebas dari autokorelasi. Chasanah et al. (2022) menyatakan bahwa uji ini digunakan untuk memeriksa apakah terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya dalam model regresi linier yang diterapkan. Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antara variabel gangguan pada periode tertentu dengan variabel gangguan pada periode sebelumnya (Sujarweni, 2015). Secara umum, uji autokorelasi sering kali dilakukan menggunakan metode *Durbin Watson* (DWtest).

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau upper bound (d_U) dan ($4-d_U$) maka koefisien autokorelasinya sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.

2. Bila DW lebih rendah dari batas bawah atau lower bound (dL) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila DW lebih besar dari (4-dU) maka koefisien autokorelasinya lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (dU) dan bawah (dL) atau DW terletak antara (4-dU) dan (4-dL) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan

3.4.3.5 Uji Linieritas

Menurut Ghozali, (2018), uji linearitas bertujuan untuk menguji kebenaran spesifikasi model yang diterapkan. Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen. Selain itu, uji linearitas juga berfungsi untuk menilai apakah fungsi yang digunakan dalam penelitian empiris mengikuti bentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dalam analisis statistik, linearitas dapat dianalisis melalui tabel ANOVA pada perhitungan SPSS. Apabila nilai signifikansi linearitas pada model linier menunjukkan angka kurang dari 0,05, maka asumsi linearitas dianggap terpenuhi (Nafiudin et al., 2021).

3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini (regresi berganda) untuk mengetahui hubungan antara sejumlah variabel bebas dan satu variabel terikat. Menurut Fadhil (2022), penelitian ini menganalisis data dengan menggunakan teknik regresi berganda untuk memahami sejauh mana variabel-variabel independen, yaitu *tangibles* (X1),

emphaty (X2), *responsiveness* (X3), *reliability* (X4), dan *assurance* (X5) mempengaruhi variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat pengaruh masing-masing variabel ini terhadap kepuasan pelanggan Chiller Café di Kota Tasikmalaya, dengan mempertimbangkan kelima faktor tersebut sebagai faktor yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan persamaan berikut untuk memperkirakan pengaruh *tangibles* (X1), *emphaty* (X2), *responsiveness* (X3), *reliability* (X4), dan *assurance* (X5) mempengaruhi variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

$$(Y). Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Pelanggan
a	: Konstanta dari persamaan regresi
b1, b2	: Koefisien regresi variabel independen
X1	: <i>Tangibles</i>
X2	: <i>Emphaty</i>
X3	: <i>Responsiveness</i>
X4	: <i>Reliability</i>
X5	: <i>Assurance</i>
E	: Nilai eror

3.4.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran statistik yang digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen memberikan kontribusi terhadap penjelasan variabel dependen. Menurut Ghazali, (2018), apabila nilai koefisien determinasi mendekati 0 (nol) dan menjauh dari 1 (satu), maka pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai tersebut mendekati 1 (satu) dan menjauh dari 0 (nol), hal ini mengindikasikan

bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan dalam memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

3.4.4.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis memberikan alternatif solusi jangka pendek yang berpotensi untuk mengatasi masalah yang dihadapi dalam penelitian ini, namun validitasnya perlu diuji secara empiris (Santoso, 2012). Untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan, dilakukan pengujian hipotesis.

3.4.4.2.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji ini menentukan apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai signifikansi F kurang dari taraf signifikansi yang ditolerir (0,05). Selain itu, uji statistik F menunjukkan apakah setiap variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria untuk menguji hipotesis menggunakan statistik F adalah sebagai berikut:

1. $Pvalue < 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian.
2. $Pvalue > 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

3.4.4.2.2 Uji Signifikansi Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t-statistik merupakan suatu pengujian statistik yang diterapkan dengan tujuan menguji keberartian koefisien regresi linier berganda secara parsial (Ghozali,

2018). Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah:

Variabel *Tangibles* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H0 : $\rho_{yx1} = 0$ Berarti *Tangibles* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : $\rho_{yx1} \neq 0$ Berarti *Tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *Emphaty* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H0 : $\rho_{yx2} = 0$ Berarti *Emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : $\rho_{yx2} \neq 0$ Berarti *Emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *Responsiveness* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H0 : $\rho_{yx3} = 0$ Berarti *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : $\rho_{yx3} \neq 0$ Berarti *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *Reliability* (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H0 : $\rho_{yx4} = 0$ Berarti *Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : $\rho_{yx4} \neq 0$ Berarti *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *Assurance* (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H0 : $\rho_{yx5} = 0$ Berarti *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : $\rho_{yx5} \neq 0$ Berarti *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis kemudian di uji untuk mengetahui diterima atau ditolak hipotesisnya. Pengujian hipotesis ditunjukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t. Pengujian dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dilakukan dengan ketentuan yaitu:

Kriteria Uji:

- a Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ Pada $\alpha = 10\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
- b Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).