

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah diharapkan. Syafii dan Yuda (dalam Cooper dan Schindler, 2003) Penelitian eksplanatori merupakan penelitian berdasarkan teori atau hipotesis, yang akan dipergunakan untuk menguji suatu fenomena yang terjadi. Kuncoro (dalam Zigmund, 2000). Kegiatan eksplanatori digunakan untuk mencari dan membatasi permasalahan penelitian agar bersifat *applicable* dan *researchable* (Zigmund,2000).

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

Penelitian ini mengambil teknik *non probability* sampling dengan pengambilan sampel Purposive sampling. Menurut Sugiyono (2013) Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. yaitu dengan cara menetapkan kriteria dengan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. pengambilan sampel penilaian, selektif atau subjektif, mencerminkan sekelompok teknik pengambilan sampel yang mengandalkan penilaian peneliti ketika datang untuk memilih unit (misalnya orang, kasus/organisasi, peristiwa, potongan data) yang akan dipelajari (Firmansyah, 2022)

a. Objek Dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Beranda Cafe Metro yang berada di Jl. Letjend Alamsyah Ratu Prawira Negara, Metro.

1). Populasi

Menurut Sugiyono (2013), populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian diteliti dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke Beranda Cafe Metro dalam bulan Oktober 2023 hingga November 2023 sebanyak 230 orang yang datang berkunjung ke Beranda Cafe Metro.

2). Sampel

Dalam penelitian ini konsumen yang berkunjung sebanyak 230 pengunjung dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2013) Rumus Slovin biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

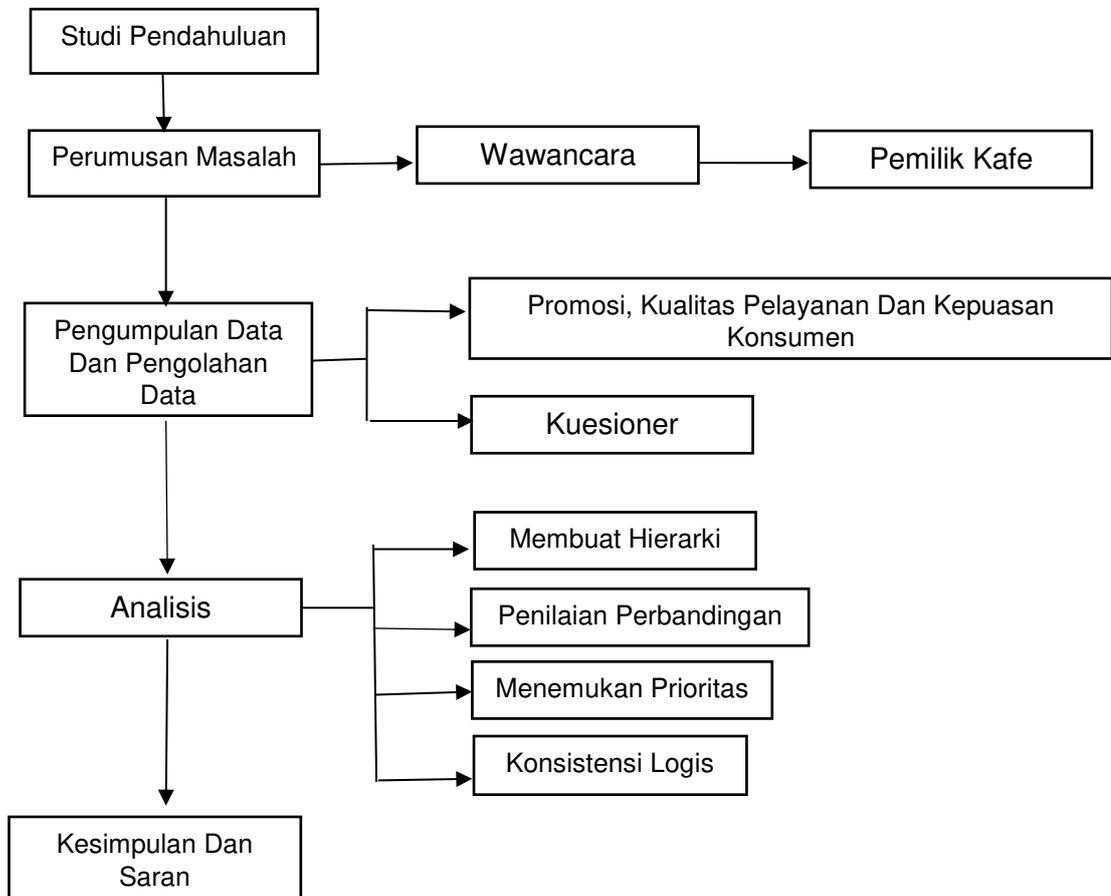
e: Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{230}{1 + 230(0,1^2)} = 69,69 \text{ dibulatkan menjadi } 70$$

Sampel yang diambil menjadi 70 responden. Yaitu konsumen yang melakukan pembelian pada Beranda Cafe Metro.

2. Tahapan

Tahapan penelitian mencakup langkah – langkah pelaksanaan dari awal sampai akhir, adapun langkahnya sebagai berikut:



Gambar 3. Tahapan Penelitian. (Sumber: data peneliti, 2024)

Masing-masing langkah penelitian diuraikan secara sebagai berikut:

1). Studi Pendahuluan

Pada tahap ini dilakukan studi literatur dan studi lapangan. Studi pendahuluan ini dilaksanakan bertujuan untuk memperoleh masukan mengenai objek yang diteliti. Diharapkan dapat memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian dan variabel - variabel yang terkait dalam masalah pada Beranda Cafe Metro.

2). Perumusan Masalah

Pada tahap selanjutnya dilakukan perumusan masalah yang terjadi pada objek penelitian sekaligus merumuskan tujuan penelitian. Perumusan masalah didapat dari hasil analisis penelitian pada waktu studi lapangan dan data yang diambil dari hasil wawancara dengan masyarakat Metro sebagai. Hasil

perumusan masalah ini sekaligus dijadikan tujuan dalam penelitian yang dilakukan.

3). Pengumpulan Data Dan Pengolahan Data

Pada tahap yang ketiga dilakukan pengumpulan data – data yang diperlukan sebagai bahan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan pada tahap kedua. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data yang akan digunakan pada tahap analisis. Pada proses analisis dikaji data-data yang ada menggunakan metode yang telah peneliti pelajari pada tahap awal

4). Pengumpulan Data Dan Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan analisa dan peringkat hasil pembahasan masalah strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Secara umum pembahasan masalah-masalah berisi tahapan-tahapan perhitungan data-data yang ada menggunakan kuesioner skala likert. Hasil data akan digunakan sebagai bahan analisis lebih lanjut guna mendapatkan pemecahan masalah. Hasil 19 pemecahan masalah ini diharapkan akan dapat memberikan.

5). Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti melakukan penyimpulan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan spss. Kesimpulan ini berupa hasil pernyataan yang diambil dari perhitungan yang dihasilkan dengan metode penelitian.

6). Saran

Saran digunakan untuk melakukan tindak lanjut dari hasil pernyataan kesimpulan, peneliti merumuskan saran-saran berkaitan dengan proses yang berjalan pada objek penelitian agar sekiranya dapat memberikan hasil yang lebih baik di masa mendatang.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab yaitu variabel terikat dalam simbol (X). Sedangkan variabel terikat merupakan variabel

yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas dalam simbol (Y). Dalam penelitian ini ada 2 variabel yang menjadi variabel bebas Promosi (X_1) kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Definisi konseptual dan operasional variabel tersebut sebagai berikut:

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Promosi	1 Beranda Cafe Metro melakukan promosi melalui media sosial	Likert
	Promosi adalah kegiatan untuk mengkomunikasikan tentang suatu produk kepada orang lain untuk dapat mempengaruhi mengajak, membujuk dan memberi informasi dari suatu produk yang ditawarkan (Roselina dan Niati, 2019)	2 Banyaknya menu baru membuat saya semakin tertarik untuk membeli	
		3 Seringnya promosi menu baru di sosial media membuat saya tertarik untuk membelinya	
		4 Karyawan mengetahui produk beserta harga yang dijual	
		5 Tawaran diskon membuat saya tertarik untuk membeli produk	
		6 Saya lebih tertarik melihat menu yang diskon	
		7 Pelayan Beranda Cafe metro sopan, baik dan ramah	
		8 Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan	
		9 Saya akan langsung membeli produk yang paling besar diskonnya	
		10 Promo hemat yang ditawarkan Beranda Cafe Metro sangat menarik	
		11 Saya selalu membeli produk	

			yang memiliki <i>free</i> minum	
		12	Banyaknya promo harga yang di tawarkan Beranda Cafe Metro membuat saya terus datang	
		13	Tingkatan diskon yang diberikan sangatlah cocok dengan saya	
		14	Saya senang berbelanja di Beranda Cafe Metro	
		15	Promosi yang dilakukan dengan pendekatan langsung pada konsumen	
		16	Memberikan promosi untuk menarik konsumen	
		17	Promosi dilakukan dengan cara memberikan penjelasan informasi mengenai menu makanan dari mulut ke mulut	
		18	Promosi dilakukan dengan cara membujuk para calon konsumen untuk melakukan pembelian pada Beranda Cafe Metro	
		19	Memberikan penjelasan secara langsung mengenai keunggulan masing-masing produk	
		20	Selalu memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya	
2	Kualitas Pelayanan	1	Karyawan selalu berpenampilan bersih dan rapi	Likert
	memberikan kepuasan bagi pelanggannya	2	Karyawan selalu ramah melayani konsumen	

yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke Kualitas pelayanan juga merupakan faktor dan akar Penting yang mampu mulut seperti keluhan , rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan. (Apriyani dan Sunarti : 2017)	3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16	Karyawan mau menjawab semua pertanyaan konsumen. Karyawan bertutur bahasa yang sopan Karyawan memberikan penjelasan dengan baik mengenai produk-produk yang ada. Karyawan bersikap ramah terhadap konsumen. Karyawan mau menjelaskan tentang produk yang akan dibeli konsumen Karyawan selalu tersenyum saat melayani konsumen. Karyawan melakukan transaksi sesuai prosedur yang ditetapkan Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat Karyawan terlihat sabar saat melayani konsumen. Karyawan tidak menanggapi keluhan konsumen Karyawan mau membantu konsumen dalam memilih dan membeli makan Karyawan mau memberikan informasi tentang kualitas makanan yang akan dibeli konsumen. Pelayanan yang diberikan lebih mengutamakan kepentingan konsumen Pelayanan yang diberikan
--	---	--

			membuat konsumen yakin atas makanan dan minuman yang dibeli	
		17	Karyawan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti konsumen	
		18	Karyawan terlihat tulus membantu konsumen.	
		19	Karyawan menggapai keluhan kesah dengan antusias	
		20	Keseluruhan karyawan saling membantu dalam melayani konsumen.	
3	Kepuasan Konsumen	1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.	Likert
	Kepuasan merupakan respons atau tanggapan konsumen mengenai kebutuhan (Euisnawati,dkk.,2022)	2	Pelayan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dipromosikan	
		3	Pelayan bersedia mengikuti pesanan sesuai dengan keinginan yang diutarakan konsumen.	
		4	Tempat yang diberikan sesuai dengan apa yang di promisikan	
		5	Makanan dan minuman yang diberikan sesuai dengan yang dipromosikan	
		6	Makanan dan minuman yang datang kadang tidak sesuai dengan apa yang dipesan.	
		7	Pelayan cepat datang jika diperlukan	

8	Tersedia sarana ruang <i>outdoor</i> dan <i>indoor</i> untuk konsumen
9	Pihak kafe kadang memberikan promosi pada konsumen
10	Pelayan berpenampilan menarik
11	Tempat yang disediakan memang tepat untuk konsumen
12	Pelayan bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen
13	Pelayan menanggapi pertanyaan konsumen dengan ramah
14	Karyawan senang bercanda dan menyapa konsumen
15	Kondisi sarana dan prasarana yang digunakan terlihat baik dan bersih.
16	Di dalam ruangan banyak informasi yang dibutuhkan konsumen
17	Waktu pelayanan yang diberikan relatif cepat
18	Kondisi ruangan yang sejuk dan nyaman untuk makan
19	Para konsumen terlihat nyaman saat berada di Beranda Cafe Metro
20	Saya puas dengan harga yang ditawarkan Beranda Cafe Metro

(Sumber: data peneliti, 2024)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013) Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil atau sedikit.

2. Riset Pustaka

Riset kepustakaan dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian.

3. Kuesioner

Teknik pengumpulan data adalah angket atau kuesioner. Menurut Sugiyono (2013) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dengan membagikan kuesioner kepada para konsumen. Beranda Cafe Metro. Melalui *Google Forms* secara *online* menggunakan *barcode* dan *link*

E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. 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. Pengukuran oleh peneliti dengan metode kuesioner skala Likert. Prinsip skala likert adalah menentukan lokasi kedudukan seseorang dalam suatu kontinum sikap terhadap objek sikap, mulai dari negatif sampai positif. Pengukuran Skala dengan tabel berikut :

Tabel 4. Nilai Dan Kategori Jawaban Kuesioner Skala Likert

No	Skor	Kategori
1	5	Sangat Setuju (SS)
2	4	Setuju (S)
3	3	Kurang Setuju (KS)
4	2	Tidak Setuju (TS)
5	1	Sangat Tidak Setuju (STS)

F. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Instrumen penelitian mengukur nilai variabel yang diteliti banyak nya instrumen yang digunakan untuk penelitian tergantung pada banyaknya variabel yang akan diteliti. Karena pengukuran dilakukan dengan instrumen penelitian. Untuk mendapatkan data kuantitatif yang akurat. Maka setiap instrumen memiliki skala.

1) Uji Validasi

Untuk melakukan suatu penelitian dibutuhkan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur sesuatu apabila instrumen tersebut valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Validitas (*validity*, kesahihan) berkaitan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut. Menurut Sugiyono (2013) Dalam hal ini setelah instrumen dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berlandaskan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. Para ahli diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun itu. Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat atau dinyatakan valid, sedangkan jika skor nilai korelasi di bawah 0.3 dinyatakan tidak valid. penulis menggunakan

rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson dengan rumus Sugiyono (2013) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad \dots(2)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden Uji Coba

X = Skor Tiap Item

Y = Skor Seluruh Item Responden Uji Coba

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Sehingga jika dibandingkan dengan tabel dimana $df = n-k$ dan dengan $\alpha = 5\%$

- 1) Jika r hitung $<$ r tabel = tidak valid
- 2) Jika r hitung $>$ r tabel = valid

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) menyatakan reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner konsisten dari waktu ke waktu. Uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang maka dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, Dalam SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach's Alpha (α). Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach's* berdasarkan kriteria reliabilitas terendah sebesar $\geq 0,6$ jika kriteria tes terpenuhi, maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel, secara sederhana instrumen penelitian atau kuesioner bias digunakan kembali dalam penelitian. Perhitungan uji reliabilitas tes format esai dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha cronbach's* Ghazali (2016) yaitu:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t}\right) \quad \dots(3)$$

Keterangan :

r_{ii} = Koefisien Reliabilitas Alpha

k = Jumlah Item Pertanyaan

Σ = Jumlah Variabel Butir

$\sigma^2 t$ = Varian Total

2. Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji persyaratan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah uji normalitas data. Menurut Ghozali (2016) uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu dan residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan agar dapat melihat penyebaran data normal atau tidak karena diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuesioner. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual normal atau tidak yaitu dengan uji statistik dan grafik. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji *chi-aquer goodness of fit* rumus Ghozali (2016).

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i} \quad \dots(4)$$

Keterangan:

O_i : Frekuensi observasi pada kelas atau interval i

E_i : Frekuensi yang diharapkan pada I didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi dan normal.

2) Uji Linieritas

Uji Linieritas mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan variabel bebas dan terikat. Apakah kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikan 0,05.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah :

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y menyatakan linier ditolak
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y menyatakan linier diterima.

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) Uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara :

jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF (Variance Inflation Factors) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* atau residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah Heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, adalah uji spearman dan S Rho. Jika signifikan korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah Heteroskedastisitas.

3. Uji Statistik

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sahir (2021) Regresi berganda adalah suatu metode analisis yang melibatkan lebih dari dua variabel, terdiri dari dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan untuk mengetahui arah setiap variabel berhubungan positif atau negatif. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan Sahir (2021) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \quad \dots(5)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = konstanta persamaan regresi

b1, b2, = koefisien regresi

x1 = promosi

x2 = kualitas pelayanan

2) Uji Parsial (Uji T)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel Independen (X) berpengaruh nyata atau tidak atas variabel dependen yaitu variabel (Y) secara parsial. Kepuasan konsumen:

- 1). Jika nilai sig $\leq 0,05$ dan koefisien beta positif, maka hipotesis didukung.
- 2). Jika nilai sig $> 0,05$ dan koefisien beta negatif, maka hipotesis tidak didukung.

Menurut Ghozali (2016) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < adjusted R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3) Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas daftar berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama–sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

- 1). Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, semua variabel independen atau bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.

2). Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 . Artinya, semua variabel independen atau bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2016) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara nol sampai satu, dan jika nilai (R^2) mendekati satu menunjukkan bahwa semakin baik dan begitupun sebaliknya jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati nol, maka tidak tepat garis regresi yang diperoleh. Dalam rumus sebagai berikut:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

KR = Koefisien Korelasi

4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan mengenai keadaan populasi yang perlu dibuktikan kebenarannya, jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik maka, rumusan hipotesis dapat diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian yang hanya dituliskan saja yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis nol (H_0). Jika dalam penelitian statistik dapat diambil keputusan tegas yaitu: menerima H_0 berarti menolak H_a begitu sebaliknya. Jadi hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 Y \leq 0 =$ Promosi (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
 $H_0 : \beta_1 Y > 0 =$ Promosi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. $H_0 : \beta_2 Y \leq 0 =$ kualitas pelayanan (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
 $H_0 : \beta_2 Y \leq 0 =$ kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. $H_0 : \beta_1 Y Z \leq 0 =$ Promosi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ho : $\beta_1 Y Z > 0$ = Promosi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) .