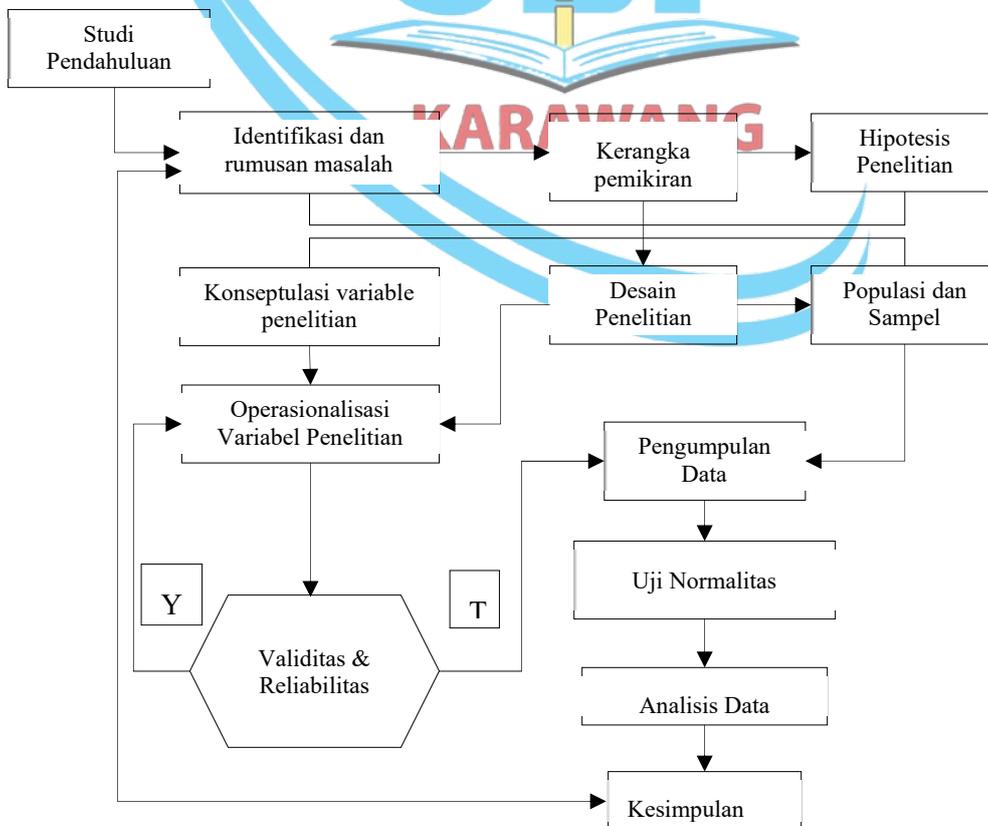


BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2017) yaitu: “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berupa kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Tabel 3.1 Desain Penelitian



Sumber : (Sugiyono, 2013)

1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian atau tempat dilaksanakannya suatu penelitian dan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Adapaun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Gerai Chatime Technomart Karawang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai Agustus 2022.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan, yakni Juli 2022 sampai agustus 2022.

Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Waktu Kegiatan (2022)			
		Juli	Agustus	September	Oktober
1	Pencarain Data Penelitian				
2	Penulisan Proposal				
3	Bimbingan Proposal				
4	Seminar Proposal				
5	Penyebaran Kuesioner				
6	Analisis Tanggapan kuesioner				
7	Penulisan Skripsi				
8	Bimbingan Skripsi				
9	Sidang Skripsi				

Sumber : (Data di Olah penulis 2022)

1.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang menjadi suatu objek. Suatu penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu peneliti dalam menentukan dimensi, indikator, ukuran dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian. Selain itu , operasionalisasi variabel

berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian.

Penelitian ini dari tiga pokok variabel yang akan di teliti yaitu, Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Secara lebih rinci operasionalisasi varibel dalam penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. F. dan G. C. Tjiptono (2016:59)	1. Keandalan (<i>Reliability</i>)	Kecermatan Karyawan	Ordinal	1
			Standar Pelayanan yang jelas		2
			Prosedur yang teratur		3
		2. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kecepatan merespon konsumen	Ordinal	4
			Standar pelayanan publik		5
			Komunikatif dalam pelayanan		6
		3. Jaminan (<i>Assurance</i>)	Jaminan tepat waktu	Ordinal	7
			Keamanan tempat		8

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
		4. Empati (<i>Empathy</i>)	Jaminan sesuai pelayanan	Ordinal	9
			Kepedulian karyawan		10
			Perhatian karyawan		11
			Sudut pandang karyawan		12
		5. Buktifisik (<i>Tangible</i>)	Penampilan Pelayan rapih dan sopan	Ordinal	13
			Kenyamanan Berbelanja		14
			Kelengkapan fasilitas		15
Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan	1. <i>Performance</i> (Fungsi)	Rasa Minuman	Ordinal	1
			Porsi Minuman	Ordinal	2
		2. <i>Features</i> (Fitur)	Variasi Minuman	Ordinal	3
			Tampilan Minuman	Ordinal	4

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
<p>hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. (Kotler, P., dan Amstrong, G, M (2014:259)</p>		3. <i>Reliability</i> (Keandalan)	Kehigeinisan Minuman	Ordinal	5
			Kesegaran Bahan Baku Minuman	Ordinal	6
		4. <i>Conformance to Specification</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	Standar Mutu Minuman	Ordinal	7
			Bahan Baku Berkualitas	Ordinal	8
		5. <i>Durability</i> (Usia Produk)	Tingkat daya tahan produk	Ordinal	9
			Produk memiliki umur ekonomis yang lama	Ordinal	10
		6. <i>Serviceability</i> (Kemampuan melayani)	Cepat merespon keluhan pelanggan	Ordinal	11
			Pelayan tanggap berkomunikasi	Ordinal	12
		7. <i>Aesthetics</i> (Estetik)	Keunikan Minuman	Ordinal	13

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
		1. <i>Perceived Quality</i> (Kualitas yang dirasakan)	Persepsi Konsumen Terhadap cita rasa Minuman	Ordinal	14
			Persepsi Konsumen terhadap kepuasan	Ordinal	15
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya a.	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	Sesuai keinginan konsumen	Ordinal	1
			Terpenuhinya harapan konsumen		2
			Pembelian Berulang		3
		2. Dimensi kepuasan pelanggan	Kualitas Sajian	Ordinal	4
			Promosi Penjualan		5
		3. Konfirmasi Ekspektasi	Sikap Terpuji	Ordinal	6
			Perilaku yang baik		7
			Harapan pelanggan yang terlampaui		8
			Meningkatkan Pelayanan		9

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
		4. Niat Beli Ulang	Sesuai yang diharapkan konsumen	Ordinal	10
			Varian rasa yang beragam		11
		5. Kesiediaan untuk merekomendasi	Sesuai dengan persepsi atau anggapan	Ordinal	12
			Rekomendasi yang bagus		13
		6. Ketidakpuasan Pelanggan	Penarikan produk dari pasar	Ordinal	14
			Pelanggan yang beralih ke pesaing		15

Sumber : (Data di Olah Penulis 2022)

1.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

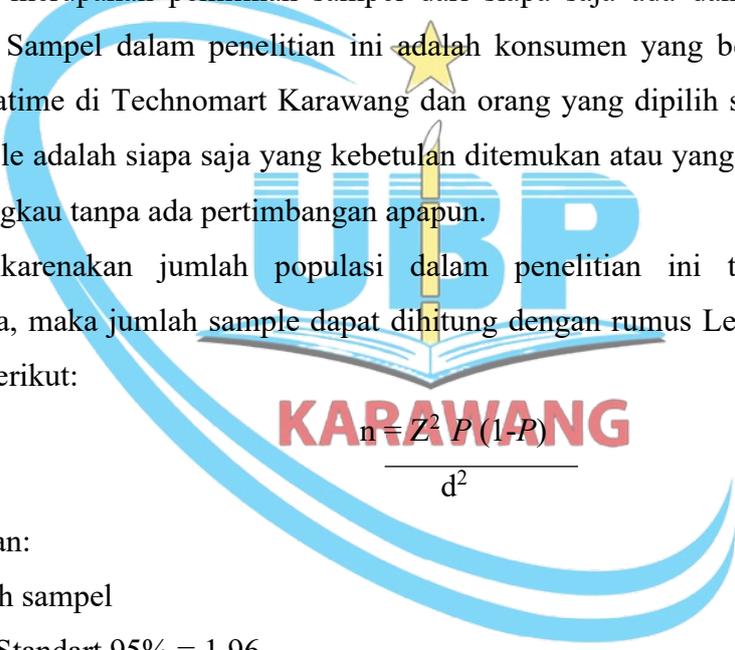
Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli chatime di Technomart Karawang dan sedang membeli ke Gerai Chatime di Technomart Karawang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobably Sampling*. *Nonprobably Sampling* adalah teknik pengambilan sample yang tidak memberi peluang /kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *Nonprobably Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja ada dan dijumpai oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada Gerai Chatime di Technomart Karawang dan orang yang dipilih sebagai anggota dari sample adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun.

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka jumlah sample dapat dihitung dengan rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:


$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = Nilai Standart 95% = 1,96

p = maksimal estimasi 50% = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0.1^2}$$

0,01

$$n = 96,04 = 96$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 orang.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang di rekam media yang dapat dibedakan dengan data lain , dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu. Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut:

3.5.1 Metode Observasi

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian khususnya di Gerai Technomart Karawang terhadap situasi, kondisi, sarana dan prasarana untuk mengetahui proses berjalannya penjualan Chatime di Technomart Karawang dan memperoleh data proses jalanya pengisian angket.

3.5.2 Metode Kuisisioner (Angket)

Metode angket atau kuisisioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang di teliti. Untuk memperoleh data, angket atau kuisisioner di sebarakan kepada responden (orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yang di ajukan untuk kepentingan penelitian), terutama pada penelitian survei.

3.5.3 Metode Dokumenter

Dokumenter Metode dokumenter adalah alat pengumpulan datanya disebut form pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen,

metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-data sekunder berupa data monografi letak gerai chatime dan gambar produk minuman chatime

Dalam hal ini penulis menulis pertanyaan-pertanyaan tertulis melalui media google formulir yang di kirimkan melalui media sosial seperti Whatsupp dan isntagram. Teknik angket di gunakan untuk mengetahui tingkst kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan dan kualitas produk berdasarkan penglaman pelanggan itu sendiri, selain itu penulis juga memberikan kuesioner kepada pihak jasa aplikasi pesan antar makanan seperti gojek dan grab.

3.5.4 Study Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan ini dalam proses pengumpulan datanya yaitu dengan mencari, mempelajari, dan mengumpulkan teori serta bahan-bahan yang mendukung bagi penulis dengan mempelajari informasi dari beberapa literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Serta teori-teori mengenai variabel yang diteliti beserta indikator-indikatornya.

3.5.5 Riset Internet (*Online Riset*)

Metode Onlien riset yaitu teknik pengumpulan data yang sumber informasinya didapatkan dari situs-situs atau *website* untuk mengumpulkan bahan-bahan informasi yang berhubungan dengan variabel yang tengah diteliti.

1.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

Setelah data-data yang penulis perlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Teknik analisis data dalam peneltian kuantitatif menggunakan statistik. Sehingga penelitian ini menggunakan statistik inferensi. Yang mana statistik inferensi adalah bagian statistik yang mempelajari penafsiran dan penarikan kesimpulan yang berlaku secara umum dari data yang tersedia. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap

variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017).

Dalam tahapan skala likert, setiap kuesioner memiliki lima pilihan jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda dari skala terendah sampai skala tertinggi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 orang, instrumen menggunakan skala likert pada skala terendah diberi skor 1 dan skala tertinggi diberi skor 5. Maka perhitungan skala untuk penilaian setiap kriteria dibawah ini:

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

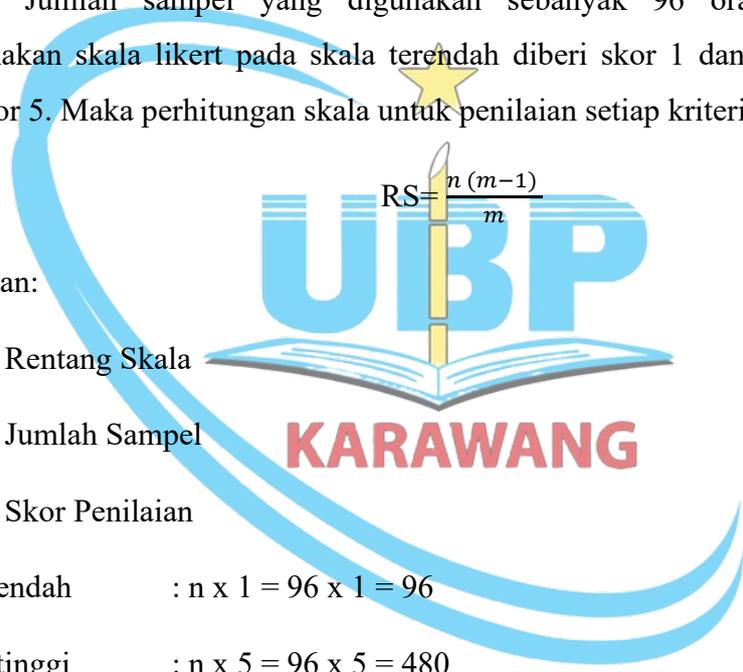
m = Skor Penilaian

Skala terendah : $n \times 1 = 96 \times 1 = 96$

Skala tertinggi : $n \times 5 = 96 \times 5 = 480$

$$RS = \frac{96(5-1)}{5} \quad RS = 76.8$$

Dengan demikian jarak antar jenjang untuk masing – masing kategori adalah 5 sehingga kategorinya adalah sebagai berikut:

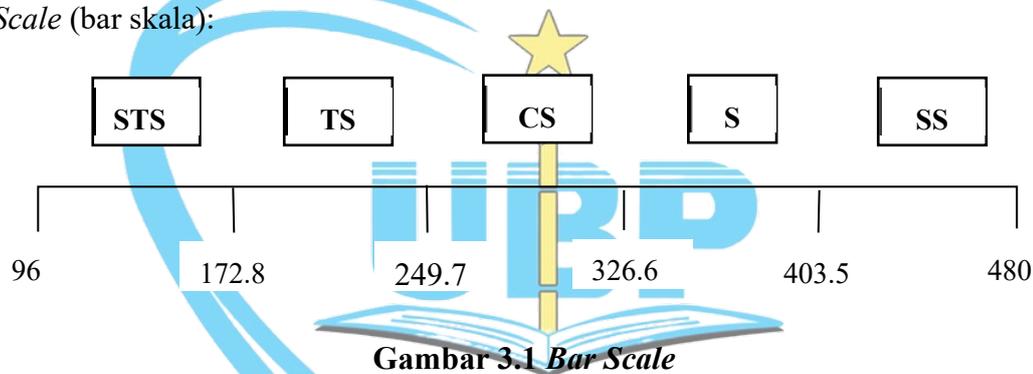


Tabel 3.4 Rentang Skala

Bobot Skor	Rentang skala	Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
1	96 – 172.8	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
2	172.9 – 249.7	TidakSetuju	TidakSetuju	TidakSetuju
3	249.8 – 326.6	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju
4	326.7 – 403.5	Setuju	Setuju	Setuju
5	403.6– 480	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

Sumber: Data Diolah Penulis (2022)

Berikut merupakan rentang skala yang digambarkan menggunakan *Bar Scale* (bar skala):



Gambar 3.1 Bar Scale

Sumber: Data Diolah Penulis (2022)

Pada dasarnya skala likert memiliki ciri khas dimana semakin tinggi bobot skor yang diperoleh dari responden, maka indikasi yang didapat dari responden tersebut sifatnya akan semakin positif terhadap objek yang diteliti. Alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, hal ini bertujuan untuk mengarahkan responden menjawab pertanyaan atau pernyataan yang benar-benar menggambarkan kondisi responden tersebut.

3.6.2 Analisis Verifikatif

1. Transformasi Data

Transformasi data adalah cara mengubah data dengan skala ordinal menjadi data berskala interval. Untuk menormalkan data harus dilakukan dengan transformasi data dengan uji MSI. Transformasi data dengan uji MSI (*Method of Successive Interval*) merupakan transformasi data ordinal menjadi data interval.

Pengubahan data dengan skala pengukuran ordinal menjadi data dengan skala pengukuran interval tergantung pada besarnya frekuensi dari data tersebut. Karena frekuensi berpengaruh pada setiap perhitungan yang dilakukan di dalam proses transformasi skala pengukuran ordinal menjadi interval. Terdapat tujuh langkah dalam MSI, sebagai berikut.

1. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori
2. Menghitung proporsi pada masing-masing kategori
3. Menghitung proporsi kumulatif
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif
5. Menentukan nilai batas Z (nilai *probability density function* pada absis Z) untuk setiap kategori dengan rumus.

$$F(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \text{Exp} \left(-\frac{1}{2} Z^2 \right)$$

Keterangan :

$F(Z)$ = Nilai Densitas $-Z$

Π = 3,14

e = 2,718

- a. Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori

$$SV_s = \frac{F(Z)_{s-1} - F(Z)_s}{PK_s - PK_{s-1}}$$

- b. Menghitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan.

$$Y_s = SV_s + SV_{min}$$

Y_s = nilai skala interval hasil transformasi untuk skor-s

3.6.3 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan instrumen pengukuran yang di dapatkan dari item pertanyaan yang akan disebar pada kuesioner dengan nilai jawaban yang berdasar pada skala likert. Item pertanyaan tersebut dapat dijadikan acuan seseorang terhadap sikap, pendapat atau persepsi orang. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrume yang dapat berupa pernyataan (Sugiyono, 2014). Skala liker pada penelitian ini berfungsi untuk mengukur kinerja dari setiap variabel yang akan di uji.

Tolak ukur semua variabel yang menggunakan kuesione ini berbentuk pertanyaan yang sifatnya tertutup dengan hasil yang akan di ukur menggunakan skala likert sebagai serikut, Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1, Tidak Setuju (TS) berniali 2, cukup setuju (CS) bernilai 3, Setuju (S) bernilai 4, Sangat Setuju (SS) bernilai 5.

3.6.4 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014) menjelaskan instrument yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak dikur. Menurut Sugiyono dan Wibowo, seluruh item adalah valid jika nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dibanding 0,3. Suyuthi dan Sugiyono menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat.

3.6.5 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai Alpha Cronbach's 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliabel
- b. Nilai Alpha Cronbach's 0,21 s.d. 0,40 berarti agak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach's 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach's 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
- e. Nilai Alpha Cronbach's 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliable
- f. reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0,60

3.6.6 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan bertujuan untuk menilai sebaran data pada kelompok data variabel untuk mengetahui sebaran data tersebut berdistribusi secara normal. Uji normalitas merupakan hal yang penting pada pengujian signifikan atau

kebermaknaan koefisien regresi. Model regresi yang baik mempunyai data yang terdistribusi normal, sehingga layak di lakukan pengujian selanjutnya. Pnegujian dilakukan dengan uji Kalmogorov Smirnov pada aplikasi spss dengan kriteria dan uji normalitas :

1. Jika nilai signifikan (Sig) > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan (Sig) < 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

3.6.7 Regresi Linier Berganda

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*indefendent*) dan satu variabel tak bebas (*defendent*). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*defendent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*indefendent*).

Rumus

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Variabel Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel Kualitas Produk

X2 = Variabel Kualitas Pelayanan

e = Standar Error

3.6.8 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai sig. t hitung

masing-masing variabel bebas. Menurut (Sugiyono, 2017) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Uji t dilakukan untuk menguji apakah parameter yang diduga untuk memprediksi model regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Dikatakan tepat adalah ketika parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Parameter yang diprediksi dalam regresi linear meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien dalam persamaan linier). Pada bagian ini, uji t difokuskan pada parameter slope (koefisien regresi) saja. Jadi uji t yang dimaksud adalah uji koefisien regresi. Dasar pengambilan dengan menggunakan cara pertama adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $\text{sig} < \alpha$ 5% maka H_0 ditolak artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $\text{sig} > \alpha$ 5% maka H_0 diterima artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.

Kemudian cara kedua adalah sebagai berikut.

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan diadakannya uji F adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang meliputi kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka H_1 ditolak Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka H_1 diterima
2. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_1 ditolak Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_1 diterima.