

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian merupakan tindakan yang dilakukan dengan sistematis dan teliti, dengan tujuan mendapatkan pengetahuan baru dari pengetahuan yang telah ada, yang mana sikap seseorang yang bertindak tersebut harus kritis dan prosedur yang di gunakan harus lengkap.<sup>1</sup>

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan pada Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu suatu pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data yang bersifat angka. Selanjutnya data data di kumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang di peroleh dari hasil penyebaran kuesioner (angket) yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi tertentu

---

<sup>1</sup> Moehar Daniem, Metode Penelitian Social Ekonomi,(Jakarta: PT Bumiaksa, 2000), h,5

pengumpulan data menggunakan instrument penelitian.<sup>2</sup> Dengan tujuan mengkaji hubungan sistematis antar variable.<sup>3</sup>

Penelitian ini menggunakan desain penelitian uji regresi linier. Penelitian regresi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan nilai X terhadap Y.<sup>4</sup> Dengan demikian metode penelitian regresi yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Wali Santri di Rumah Tahfizh An Nur. Variabel dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan dalam penelitian<sup>5</sup>. Dalam Penelitian ini terdiri variabel-variabel sebagai berikut :

#### 1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel berikut (*Dependent variabel*). dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Marketing Mix (bauran pemasaran).<sup>6</sup>

#### 2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variable terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu kepuasan pada tingkat

---

<sup>2</sup> Sugiono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2011). h. 8

<sup>3</sup> Rini Dwiastuti, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian* (Malang : UB Press, 2017). h. 111

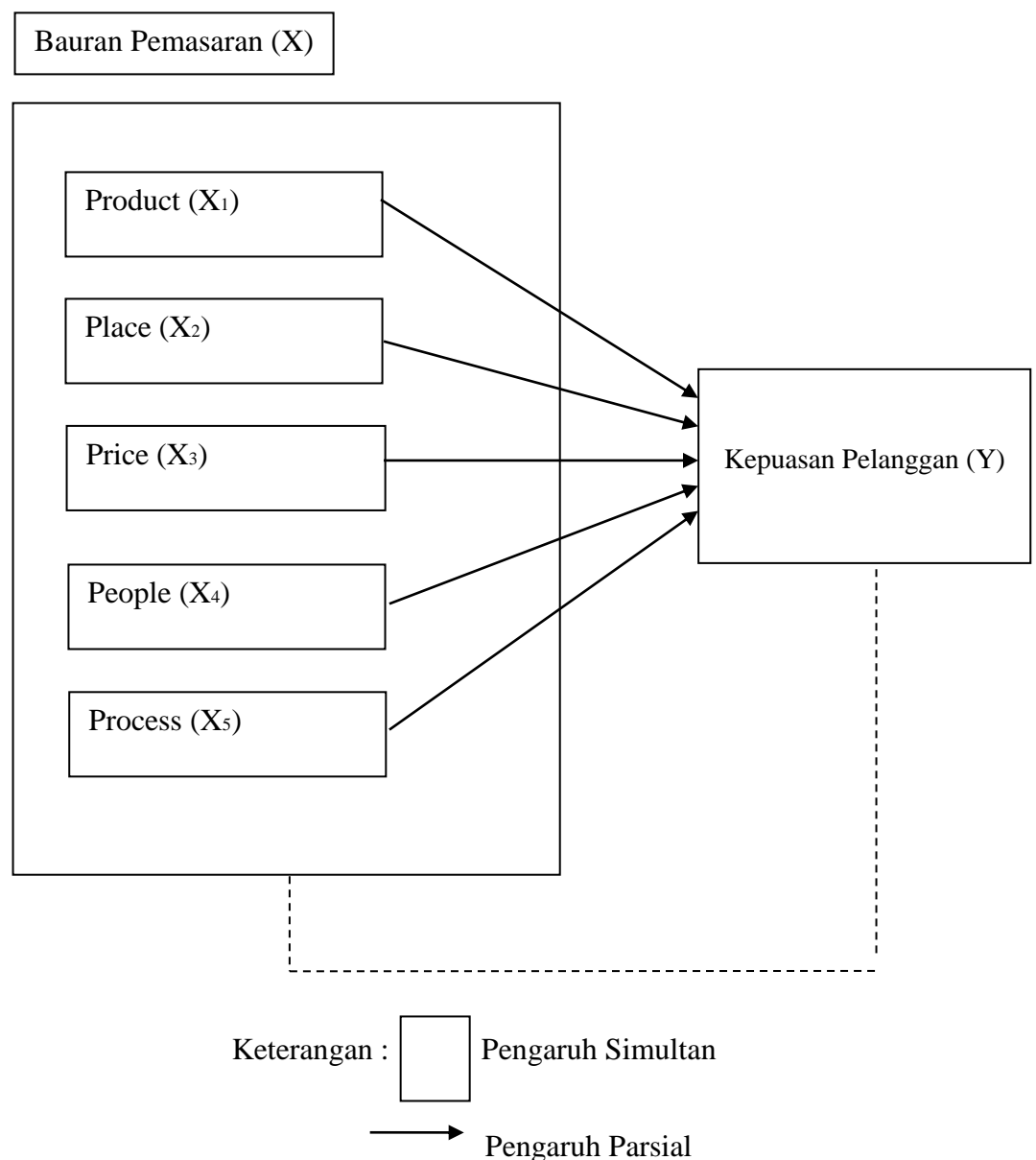
<sup>4</sup> Ma`ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), h. 335.

<sup>5</sup> Punaji Aotiyosari, *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h.163

<sup>6</sup> Santoso Singgih, *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, (Jakarta: Penerbit PPM, 2002), h.22

perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya.<sup>7</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, berikut kerangka konseptual penelitian.

BAGAN 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian



<sup>7</sup> Firdayanti Abbas, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Layanan Jasa Pendidikan Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Palangkaraya*, Vol. II. No. 2, September 2013, Hal.5

## B. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah wali santri rumah tahfizh An-Nur Banjarmasin.

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran yang dijadikan penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah Marketing Mix pada Rumah tahfizh annur dalam mempengaruhi kepuasan wali santri.

## C. Lokasi Penelitian

Rumah Tahfizh An Nur sebuah lembaga tahfiz yang berlokasi Jl Pramuka no. 20, Pemurus Luar, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin.

## D. Indikator variabel X dan Y

TABEL 3.1 Indikator Marketing Mix Dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Pengukuran
Produk (X1)	1.Kualitas produk 2. Produk mempunyai ciri khas dan menarik. 3.produk bervariasi	Skala Likert
Harga (X2)	1.Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3.Daya Saing harga (Kotler, Philip & Armstrong, 2014)	Skala Likert
Tempat (X3)	1. Lokasi mudah dijangkau 2. Ruangan dalam kantor luas dan rapi 3. Halaman parkir yang luas dan aman 4. Lokasi pemasaran strategis 5. Kedekatan lokasi (Kotler, Philip &	Skala Likert

	Armstrong, 2014).	
Promosi (X4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan cukup luas</li> <li>2..Promosi penjualan (Tjiptono, 2014)</li> <li>3.Pemberian beasiswa sebagai upaya memelihara kesetiaan santri (Tjiptono, 2014)</li> </ol>	<b>Skala Likert</b>
Orang (X5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan selalu ramah dalam melayani wali santri</li> <li>2. Pengajar selalu berpakaian rapi dan sopan</li> <li>3.Ust/Usth mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam mengajar santri</li> <li>4.Kepedulian ust/ usth dalam memberikan pelayanan kepada walisntri</li> </ol>	<b>Skala Likert</b>
Lingkungan Fisik (X6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Perancangan fasilitas</li> <li>2.Peralatan</li> <li>3.Seragam (Ibad, 2018)</li> </ol>	<b>Skala Likert</b>
Proses (X7)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses pelayanan administrasi cepat dan mudah</li> <li>2.. Ust/usth berinteraksi secara efisien dalam memberikan pelayanan kepada santri dan walisntri</li> <li>3. Ust/usth menghormati walisntri</li> <li>4. Jam buka tahfizh tepat waktu</li> <li>5.Segala keluhan langsung direspon oleh ust/usth</li> <li>6. Prosedur dan syarat yang mudah dalam bertransaksi</li> </ol>	<b>Skala Likert</b>
Kepuasan Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan puas</li> <li>2</li> <li>3.merekomendasikan kepada orang lain (Kotler &amp; Keller, 2016)</li> </ol>	<b>Skala Likert</b>

## E. Hipotesis Penelitian

Untuk melakukan uji hipotesis, ada ketentuan yang perlu di perhatikan, yaitu merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan disertai hipotesis alternative ( $H_a$ ).<sup>8</sup>

Adapun penelitian ini yaitu :

( $H_{a1}$ ) = Terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a2}$ ) = Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a3}$ ) = Tempat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a4}$ ) = Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a5}$ ) = Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a6}$ ) = Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a7}$ ) = Orang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{a8}$ ) = Proses berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

( $H_{01}$ ) = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

---

<sup>8</sup> Santoso Singgih, *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, (Jakarta: Penerbit PPM, 2002), h.23

(H02) = Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

(H03) = Tempat tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

(H04) = Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

(H05) = Promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

(H06) = Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

(H07) = Orang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

(H08) = Proses tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Tahfizh An Nur.

## **F. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : Objek/subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah wali santri dan santriwati Rumah Tahfizh An Nur, santri di Rumah Tahfiz Annur sekarang ada 555 orang.

---

<sup>9</sup> Sugiono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2011) h.117

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari wakil populasi yang diteliti.<sup>10</sup> Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah orang tua walisantri dan santriwati Rumah Tahfizh An Nur, tidak semua populasi yang diambil, melainkan hanya sebagian yang dijadikan sebagai sampel: yaitu santri dan santriwati yang sudah bekerja dan orang tua santri. Sampel penelitian ini di ambil berdasarkan rumus Solvin sebagai Berikut<sup>11</sup> . :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n= Jumlah Sampel

N= Populasi

E= Batas Toleransi kesalahan (*error tolerance*) pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir sebesar 5% (0,05)

$$n = \frac{555}{1+555(0,05)^2} = \frac{555}{1+555(0,025)} = \frac{555}{1+13,87} = \frac{555}{14,87} = 37,3$$

## G. Data dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu berupa pengumpulan data dalam bentuk kata-kata dan pernyataan. Dimana pelaksanaannya diperlukan penyelesaian pengumpulan data melalui :

### 1. Jenis Data

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Produk* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013) h.174

<sup>11</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013) h.78



Data yang di perlukan dalam penelitian ini meliputi:

a. Data Primer

Adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang didapat dari hasil kuesioner, wawancara, dokumenter dan observasi langsung<sup>12</sup> kepada santri dan santriwati yang telah bekerja dan orang tua santri mengenai produk, harga, promosi, tempat, Orang/SDM, proses, bukti fisik di Rumah Tahfizh An Nur.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber kedua atau data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan sudah di olah oleh orang lain. Data sekunder pada penelitian ini yaitu literatur-literatur kepustakaan seperti buku-buku dan penelitian terdahulu.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah ketua yayasan, kepala sekolah dan para pengajar di Rumah Tahfizh An Nur.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2006), h.95

<sup>13</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Sukses Offsite, 2009), h.53

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

Untuk mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut :

1. Angket (Kuesioner)

Metode angket atau kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (orang-orang yang menjawab pertanyaan yang disajikan untuk kepentingan penelitian).<sup>14</sup>

Teknik angket (Kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan.<sup>15</sup>

Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan .<sup>16</sup> dalam penyebaran angket bertujuan untuk mendapatkan data yang objektif

---

<sup>14</sup> Cholid Narbuko, Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 76

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h.142

<sup>16</sup> Rachmat Jriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2006), h.95

mengenai pengaruh Bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di Rumah Tahfiz Annur Banjarmasin.

Penyebaran daftar angket dilakukan kepada responden yang menjadi sampel penelitian, kemudian jawaban tersebut diklasifikasikan menurut skala likert digunakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social.<sup>17</sup> Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi menjadi indicator variabel, kemudian indicator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Setelah pernyataan atau pertanyaan dibuat, maka dilanjutkan dengan pemverian skor atau bobot untuk setiap alternative jawaban. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative.

## 2. Observasi

Teknik observasi ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.<sup>18</sup> Teknik observasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data pokok yang menjadi objek penelitian dan data penunjang untuk melengkapi data sekunder.

## 3. Wawancara

---

<sup>17</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), h. 169

<sup>18</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persdada, 2013), h, 51.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh kedua pihak.<sup>19</sup> Wawancara juga merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data.<sup>20</sup> Teknik wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada kepala sekolah, wakil kepala sekolah beserta ustadz dan ustadzah yang mengajar di Rumah Tahfizh An Nur.

#### 4. Dokumenter

Dokumenter yaitu teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen, baik itu berupa dokumen tertulis ataupun dokumen yang terekam.<sup>21</sup> Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa arsip-arsip dan data-data santri dan santriwati.

### I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan baik, dalam arti lebih cermat, lengkap sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah.<sup>22</sup> Adapun instrument dalam penelitian ini adalah berupa

---

<sup>19</sup> Christisn A.D Selang, *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*, Vol. 1. No. 3 juni 2013. Hal.72

<sup>20</sup> Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005) h.126

<sup>21</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h.

<sup>22</sup> Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hal.53

kuesioner yang memuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian :

TABEL 3.2 Instrumen penelitian

No	Variabel	Dimensi	Ukuran
1	Bauran Pemasaran	Produk	Skala Likert 1-5
		Harga	
		Tempat	
		Promosi	
		Orang	
		Proses	
		Bukti Fisik	
2	Kepuasan Wali Santri		

Terdapat tiga jenis instrumen yang bisa diterapkan dalam penelitian kuantitatif, yaitu:

1. Adaptasi, peneliti menggunakan instrumen penelitian yang sudah baku, seperti instrumen yang dikembangkan dan digunakan oleh suatu lembaga atau peneliti terdahulu yang telah memenuhi syarat mutlak penelitian kuantitatif.
2. Modifikasi, peneliti memodifikasi atau mengubah bagian-bagian tertentu sesuai kebutuhan penelitian dari instrumen penelitian yang sudah ada sebelumnya.
3. Konstruksi, peneliti mengembangkan sendiri instrumen yang

akan digunakan guna mengumpulkan data penelitian.<sup>23</sup>

Pada penelitian ini peneliti akan mengkaji tentang pengaruh marketing mix terhadap kepuasan walisantri di rumah tahfiz annur Banjarmasin. Item dalam skala penelitian ini ada satu jenis, yaitu item *favorable*. Item *favorable* adalah pernyataan yang mendukung atau memihak objek sikap pada penelitian.<sup>24</sup> Adapun sistem penilaian item pernyataan, yaitu sebagai berikut:

TABEL 3.3 Skala Likert

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Setuju (SS)</b>	<b>Setuju (S)</b>	<b>Netral (TS)</b>	<b>Tidak Setuju (TS)</b>	<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>
<i>Favorable</i>	5	4	3	2	1

Berdasarkan tabel 3.1 menjelaskan bahwa bobot untuk pernyataan

*favorable*, yakni SS (5), S (4), N (3) TS (2), dan STS (1) .

## **J. Pengolahan Data**

Pengolahan data secara kuantitatif yang diperoleh dari hasil pengisian koesioner responden, koesioner inilah yang digunakan peneliti sebagai instrument penelitian. Dalam proses pengolahan data, ada sejumlah langkah-langkah ilmiah yang perlu dilakukan untuk memudahkan pengolahan data yaitu:

---

<sup>23</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), 188-196.

1. *Collecting*, yaitu penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperlukan, baik data primer maupun data sekunder.
2. *Editing*, sebelum data koesioner diolah, data tersebut perlu diedit lebih dahulu. Dengan kata lain, data koesioner yang telah dikumpulkan perlu dibaca sekali lagi dan diperbaiki, jika masih terdapat hal-hal yang salah atau masih meragukan.
3. *Coding*, memberikan angka-angka dan kode-kode tertentu yang lebih disepakati terhadap jawaban-jawaban pertanyaan dalam kuesioner, sehingga memudahkan saat memasukan data dalam computer.
4. *Klasifikasi data*, yaitu mengelompokkan data yang sudah terkumpul sesuai dengan kode yang telah dibuat.
5. *Tabulating*, yaitu menuangkan data kedalam bentuk tabel, mengatur angka dan menghitungnya dua jenis tabel yang biasanya digunakan dalam penelitian social, yakni tabel data dan tabel kerja. Tabel data yaitu tabel yang digunakan untuk mendeskripsikan data agar memudahkan peneliti dalam memahami struktur data. Sedangkan tabel kerja yaitu tabel yang digunakan dalam menganalisis data yang tersaji.<sup>25</sup>

## **K. Uji Alat Ukur**

### **1. Uji validitas dan Uji reabilitas**

Uji validitas dan uji reabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan

---

<sup>25</sup> Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005) h.166-168

dalam kuesiner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk mengambil data.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, jadi validitas login mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar mengukur apa yang hendak diukur.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika cronbach's alpha-nya memiliki nilai lebih dari  $> 0,50$  maka reliable.

## **L. Teknis Analisis Data**

### **1. Uji Analisis Data Klasik**

Uji prasyarat analisis data digunakan untuk menentukan jenis statistik yang digunakan apakah menggunakan statistik parametrik atau nonparametrik. Uji prasyarat meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini perhitungan uji prasyarat analisis data menggunakan bantuan program SPSS *For Windows ver. 20*

a. Uji Normalitas



Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data-data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas Kolmogrov-Sminov. Dengan menggunakan SPSS 19 *for windows*. Variabel yang diuji adalah variabel dependen (Bauran Pemasaran) dan variabel independen (kepuasan pelanggan).

Perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini, menggunakan SPSS 19 *for windows*. adapun cara yang dilakukan adalah sebagai berikut, pilih Analyze lalu klik Regression kemudian klik linear. Langkah berikutnya masukan kepuasan walisantri (Y) ke kotak dependent. Lalu masukan variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$  dan  $X_5$  ke kotak independent dan klik Plots. Maka akan muncul kotak dialog dengan nama Linear Regression Plot. Setelah itu berikan tanda ceklis pada pilihan histogram dan normal probability plot, abaikan yang lainnya dan klik continue lalu akhiri dengan klik Ok.<sup>26</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Gujarati, “multikolinieritas adalah terjadinya hubungan linier antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier

---

<sup>26</sup> Sahid Raharjo, “Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram dan P-Plot SPSS”, (<http://www.konsistensi.com/>), diakses 19 Juni 2023

berganda.<sup>27</sup> Hubungan linier antara variable bebas dapat terjadi dalam bentuk hubungan linier sempurna dan tidak sempurna.

Salah satu cara pengujian multikolinieritas adalah dengan digunakan pengujian *Variance Inflation Factor*(VIF) dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Hitung nilai korelasi antar variable bebas ( $r$ )
- 2) Kuadratkan nilai korelasi antar variable bebas ( $r^2$ )
- 3) Hitung nilai *tolerance* (Tol) dengan rumus  $(1-r^2)$
- 4) Hitung nilai VIF dengan rumus  $1/\text{Tol}$
- 5) Jika  $\text{VIF} < 10$ , maka tidak terjadi multikolinier<sup>16</sup>

Perhitungan multikolinieritas dalam penelitian ini, menggunakan bantuan program SPSS *For Windows ver. 20*. Adapun cara yang dilakukan adalah sebagai berikut, pilih menu *Analyze*, kemudian submenu *regression*, lalu pilih linear, pada kotak *Dependent*, isikan variabel Y (keputusan memilih). pada kotak *Independent*, isikan variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan X7 (bauran pemasaran jasa), pada kotak *method*, pilih *Enter*.

Selanjutnya pilih *Statistics*, dilayar akan muncul tampilan *windows Linear Refression Statistics*. Aktifkan pilihan (dengan

---

<sup>27</sup> Edi Riadi, *Metode Statistika Parametrik & Nonparametrik Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Pendidikan*, (Kota Tangerang: PT Pustaka Mandiri, 2014), h.106.

centang) *Covariance matrix* dan *Collinierity Diagnostics*. Tekan *Continue*, abaikan yang lain dan tekan *OK*.<sup>28</sup>

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Edi Riadi, “heteroskedastisitas adalah variansi dari error model regresi tidak konstan atau variansi antar error yang satu dengan error yang lain berbeda.

Untuk mengetahui apakah sebuah pola variabel error mengandung heteroskedastisitas maka dilakukan uji Glejser sebagai berikut:

- 1) Regresikan variabel bebas(X) terhadap variabel terikat(Y)
- 2) Hitung nilai prediksinya
- 3) Hitung nilai residualnya
- 4) Mutlakkan nilai residualnya
- 5) Regresikan variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya
- 6) Jika signifikan berarti gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak signifikan berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.<sup>29</sup>

Perhitungan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini, menggunakan bantuan program *SPSS For Windows ver. 20*.

---

<sup>28</sup> Sahid Raharjo, “Uji Multikolinearitas Dengan Melihat Nilai *Tolerance* dan *VIF*”, (<http://www.konsistensi.com/>), diakses 19 Juni 2023.

<sup>29</sup> Edi Riadi, *op. cit.*, h. 106.

Adapun cara yang dilakukan adalah sebagai berikut, pertama klik *Analyze*, lalu klik *Regression*, dan klik *Linear*, muncul kotak dialog baru dengan nama *Linear Regression*, masukkan variabel keputusan memilih (Y) ke kotak *Dependent*, selanjutnya masukkan variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan X7 ke kotak *Independent(s)*.

Selanjutnya pilih *Plots*, akan muncul kotak dialog dengan nama *Linear Regression: Plots*, kemudian masukkan variabel \*SRESID ke kotak Y. dan masukkan variabel \*ZPRED ke kotak X., lalu klik *Continue* dan diakhiri klik Ok.<sup>30</sup>

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistic yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X Terhadap Variabel Y. Berikut adalah penjelasan variabelbebas dan variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini :

Variabel bebas (X) = Bauran Pemasaran

Produk ( $X_1$ )

Harga ( $X_2$ )

Tempat ( $X_3$ )

Promosi ( $X_4$ )

Orang ( $X_5$ )

Process ( $X_6$ )

---

<sup>30</sup> Sahid Raharjo, "Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser", (<http://www.konsistensi.com/>) di akses pada 19 Juni 2023

Bukti Fisik ( $X_7$ )

Variabel terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan

Maka dalam penelitian ini akan dilihat seberapa besar pengaruh Marketing Mix (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Rumus untuk regresi berganda adalah.<sup>31</sup> :

$$Y = a + b X_1 + c X_2 + \dots + k X_k$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

a, b, c, ..., k = koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$  = Variabel bebas

### 3. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel terikat simultan atau seberapa besar variabel-variabel dalam menerangkan variabel terikatnya. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ).

$R^2$  menunjukkan proporsi variasi total dalam respon Y yang dapat diterangkan oleh model  $r$ .  $r$  merupakan koefisien korelasi kelompok  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$

Untuk menganalisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel model *Summary* yang tertulis *R Square*, Menggunakan *software SPSS 23.0 for Window*.

---

<sup>31</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) h.114