

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Bebek Sinjay Bangkalan Madura. Dalam hal ini penentuan subjek penelitian didapat dari rumah makan Bebek Sinjay sebagai pemberi Informasi, sedangkan objek penelitian adalah pelanggan rumah makan Bebek Sinjay Bangkalan Madura.

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data *numerical* atau angka yang diperoleh dengan metode statistika serta dilakukan pada penelitian *inferensial* atau dalam rangka pengujian hipotesis, sehingga diperoleh signifikansi hubungan antara variable yang diteliti.

Menurut Afifudin (2009:15) Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian ini akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian.

#### **3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi penelitian yang diambil ini dilakukan dirumah makan Bebek Sinjay Bangkalan Madura. Dengan waktu 6 bulan pada bulan Oktober 2018 – Maret 2019

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Kualitatif.

Menurut Tohirin (2012:20) kualitatif merupakan penelitian yang berupaya membangun pandangan orang yang diteliti secara rinci serta dibentuk dengan kata-kata, gambar (menyeluruh dan mendalam) dan rumit. Data yang berupa uraian penjelasan yang sesuai dengan kenyataan dilapangan dan sifatnya berupa informasi yang didasarkan pendekatan teoritis

2. Data kuantitatif.

Menurut Tohirin (2012:23) Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Data kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua yaitu data *diskrit* dan data *kontinum*. Data *diskrit* adalah data yang

diperoleh dari hasil menghitung. Sedangkan, data *kontinum* adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran. Kuantitatif merupakan data yang berupa angka-angka dan akan diolah secara statistik, diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Bebek Sinjay.

### 3.3.2 Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data yang bersumber dari hasil pengolahan dan penemuan dari penelitian sendiri melalui wawancara maupun kuisisioner.

#### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari dokumentasi laporan-laporan dan bahan pustaka yang diperoleh dari rumah makan Bebek Sinjay Bangkalan Madura.

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi.

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang akan diteliti yang mempunyai sifat yang sama. Sugiono (2009 : 110) mengatkan bahwa populasi adalah suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan digeneralisasikan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan rumah makan Bebek Sinjay Bangkalan Madura.

#### 2. Sampel.

Sempel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2009 : 116) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jumlah responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian adalah 100 orang responden.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

#### 1. Wawancara

Pengumpulan data diperoleh dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan sehingga memperoleh informasi yang bersangkutan sehingga memperoleh informasi yang relevan.

## 2. Kuisioner

Pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian disebarikan kepada responden sehingga memperoleh jawaban yang dikehendaki.

### 3.6 Definisi Variabel dan Definisi Oprasional

#### 3.6.1 Definisi Variabel

##### 1. Variabel Bebas (Independen Variabel atau X)

###### 1) Kualitas Pelayanan (X1)

Mauludin (2010:67) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012 : 268) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

###### 2) Kualitas Produk (X2)

Pengertian produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:152) adalah sekumpulan dari atribut nyata dan atribut tidak nyata yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi guna memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan.

Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian gabungan dari daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan pemelihara serta atribut-atribut lain dari suatu produk sebagaimana yang ditekankan oleh (kotler dan armstrong 2012 : 279), yaitu : *“product quality isthe ability for a product it’s fungtion”*. Oleh karena itu produk dikatakan berkualitas jika produk itu mempunyai kemampuan untuk memenuhi apa yang menjadi kegunaan.

##### 2. Variabel Tidak Bebas (Dependent atau Y)

###### 1) Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011 : 117), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Menurut (Tjiptono, 2012:55) menyatakan

kepuasan pelanggan adalah konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana 2015 : 20)

### 3.6.2 Definisi Oprasional

Definisi oprasional variabel adalah suatu definisi mengenai variable yang dirumuskan berdasarkan karkteristik-karkateristik variabel tersebut yang dapat diamati. Definisi oprasional dalam penelitian ini meliputi :

#### 1) Variabel Bebas Kualitas Layanan (X1)

Ada beberapa dimensi atau faktor yang digunakan pelanggan atau pengguna jasa dalam menentukan kualitas pelayanan, ada lima dimensi pokok yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu : Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012 : 282)

##### 1. Bukti Langsung (*Tangibles*),

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. *Tangibles* banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam rangka untuk meningkatkan imagenya, memberikan kelancaran kualitas kepada para pelanggannya.

##### 2. Kendala (*Reliability*),

Yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam pengertian yang lebih luas *reliability* dapat diartikan bahwa perusahaan menyampaikan janji-janjinya mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan, pemecahan masalah dan penentuan harga.

##### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*),

Yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian penuh dan kecepatan dalam melakukan hubungan dengan para pelanggan baik itu permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah-masalah.

##### 4. Jaminan (*Assurance*),

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Merupakan dimensi terpenting dari suatu pelayanan

dimana para pelanggan harus bebas dari bahaya resiko yang tinggi atau bebas dari keragu-raguan dan ketidakpastian.

5. Empati (*Empathy*),

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati adalah cara penyampaian baik secara personal maupun biasa. Para pelanggan dianggap sebagai orang yang penting dan khusus.

2) Variabel Bebas kualitas Produk (X2)

Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut (Tjiptono 2008 : 120) adalah :

1. Kinerja (*Performance*) karakteristik operasi suatu produk utama, seperti kemudahan dan kenyamanan.
2. Fitur (*Features*) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
3. Kesesuaian (*Conformance*), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Daya tahan (*Durability*) yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar puladaya produk.
5. Reliabilitas (*Reliability*) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerjadengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. Estetika (*Aesthetics*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalkan model atau desain yang artistik, warna dan sebagainya.
7. Kesan kualitas (*Perceived quality*) sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
8. Serviceability, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah tamahan staf layanan.

### 3) Variabel Terikat Kepuasan Pelanggan (Y)

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014 : 101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan  
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali  
Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa atau produk yang ditawarkan.
3. Kesediaan merekomendasi  
Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa atau produk yang sudah dirasakan kepada teman atau keluarga.

### 3.7 Proses Pengolahan Data

Pengolahan data yang dikumpulkan dan diolah melalui beberapa tahap yang secara runtut dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Editing

Kegiatan awal yang digunakan setelah data terkumpul. Langkah ini biasanya disebut sebagai dengan istilah “melakukan editing data mentah tujuannya adalah untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang terdapat didalam sampel. Sedangkan editing adalah penelitian kembali catatan pencari data untuk mengetahui apakah catatan itu cukup baik dan dapat segera disiapkan untuk keperluan proses berikutnya (Soeratno dan Arsyad, 1997 : 158). Biasanya editing dilakukan terhadap daftar-daftar pertanyaan yang disusun secara terstruktur dan diisi lewat wawancara formal.

#### 2. Coding

Secara singkat dapat dilakukan dengan dua langkah dalam melakukan coding yaitu :

- a. Menentukan kategori-kategori yang akan digunakan.
- b. Mengalokasikan jawaban individual pada kategori-kategori tersebut.

#### 3. Tabulasi

Proses penyusunan data dalam tabel, sehingga akan lebih mudah untuk dipahami.

#### 4. Verifikasi Teoritis

Mengetahui hasil-hasil yang telah diperoleh dari hasil survei.

## 5. Scoring

Usaha untuk memberikan skor dari jawaban-jawaban para responden dalam bentuk angka sehingga akan memudahkan dalam perhitungan dan mengolah data. Untuk mengolah hasil kuisioner dari variabel kualitas layanan dan kualitas produk yang masih bersifat data kuantitatif, terlebih dahulu di perlukan nilai dalam ukuran skor. Kuisioner yang telah diisi akan diberi nilai sesuai dengan kategori masing-masing jawaban. Selanjutnya diolah dengan menggunakan program statistik SPSS.

### 3.8 Metode Analisis Data

Menurut Emzir (2012:111) Metode analisis data merupakan tahapan proses penelitian dimana data yang sudah dikumpulkan dimanage untuk diolah dalam rangka menjawab rumusan masalah. Manajemen dan proses pengolahan data inilah yang disebut analisis data.

#### 3.8.1 Metode Analisis Data Kuantitatif

##### a. Manajemen data

Data kuantitatif pada umumnya berbentuk dataset yang masih mentah. Tahap manajemen data kuantitatif adalah mengkonversi dataset yang mentah tersebut menjadi lebih matang. Hal ini dilakukan dengan cara *clearing*. *Clearing* artinya peneliti ”membersihkan” data mentah yang tidak relevan untuk diolah. Diperlukan kecermatan untuk memahami rumusan masalah dan fokus penelitian agar dalam memfilter atau menyeleksi data tidak terjadi bias nantinya.

Setelah hanya data yang bernilai atau matang saja yang tersisa, peneliti membuat manajemen data dalam bentuk file yang siap untuk dientry. Kita asumsikan disini bahwa pengolahan data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan software seperti SPSS. Pada tahap ini peneliti juga memeriksa kualitas data seperti adakah data missing atau error.

##### b. Entry data

Entry data kuantitatif dapat dilakukan secara manual atau dengan bantuan komputer. Entry data dilakukan supaya pengolahan bisa diterapkan. Proses entry data merupakan proses memindahkan data dari instrumen penelitian seperti kuesioner ke dalam software komputer untuk dianalisis. Apabila data kuantitatif sudah berupa data set, dalam arti peneliti tidak mengumpulkan sendiri data mentahnya dengan angket atau kuesioner, maka *clearing* atau *filtering* data yang perlu dilakukan.

c. *Performing statistics*

Setelah data dientry ke software statistik, maka teknik statistik siap diterapkan. Tahapan teknis analisis data statistik harus dikuasai oleh peneliti atau pengolah data. Analisis menggunakan SPSS secara teknis tentu saja berbeda dengan lainnya sesuai dengan keahlian dan tingkat familiaritas peneliti terhadap software statistik, teknik analisis siap diterapkan.

Output dari analisis statistik menggunakan SPSS bisa ditampilkan dalam beragam bentuk seperti diagram, tabel, grafik atau lainnya. Sebelumnya, peneliti memeriksa nilai elemen-elemen penting dalam statistik seperti *p-value*, *outliers*, *chi square* dan sebagainya.

### 3.8.2 Metode Analisis Data Kualitatif

a. Manajemen data

Penelitian kualitatif biasanya menggunakan wawancara dan observasi partisipatoris sebagai instrumen pengumpulan datanya. Hal ini menjadikan data kualitatif biasanya berupa teks atau narasi tekstual, tak terkecuali riset kualitatif yang mengaplikasikan analisis wacana sebagai metode penelitiannya. Analisis wacana dan riset kualitatif lainnya menggunakan teks sebagai unit analisis.

Data selain teks harus dikonversi terlebih dahulu menjadi teks. Proses ini dinamakan dengan transkripsi. Hasil wawancara yang berupa rekaman audio atau video perlu di transkrip guna keperluan analisis. Proses transkripsi menjadi bagian awal dan krusial dalam tahap manajemen data penelitian kualitatif. Selain transkrip, proses yang lumrah dilakoni yaitu translasi. Tentu saja jika data tekstual memerlukan translasi.

b. Koding

Keseluruhan material atau data yang sudah berupa teks di-manage berdasarkan tema tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Proses pengklasifikasian teks sesuai tema disebut analisis tematik. Pada tahap ini data tekstual direduksi atau diseleksi sesuai kebutuhan penelitian. Koding adalah proses pengidentifikasian tema dari hasil transkrip yang sudah dibaca. Data yang di-koding diberi label untuk kemudahan analisis.

Perlu diingat bahwa proses koding merupakan proses yang intensif, tidak linier dan sekali jalan langsung jadi. Perlu pemeriksaan terhadap masing-masing naskah transkrip secara hati-hati dan berulang. Setelah data tertentu dipecah menjadi bagian-bagian sesuai tema dan diberi label, tak jarang analis melihat kembali naskah transkrip tersebut untuk diperiksa lagi. Analis atau peneliti juga memeriksa rangkaian hasil koding antar transkrip



dan mencari hubungan antar teks yang berbeda label. Dengan demikian, proses koding adalah proses silang dan bolak-balik dari transkrip ke hasil koding, ke label, ke transkrip lain dan seterusnya sampai tidak ada data yang relevan yang tersisa.

### c. Interpretasi data

Proses interpretasi data sebenarnya sudah dilakukan bersamaan ketika koding. Saat mengklasifikasi, peneliti membaca transkrip dengan teliti lalu memecahnya ke dalam beberapa tema yang sudah diturunkan dari rumusan masalah penelitian. Ketika mengklasifikasi itulah upaya interpretasi data dilakukan. Langkah memahami data sosial secara interpretatif ini mengindikasikan adanya unsur subjektivitas peneliti dalam analisis data kualitatif.

Sebagaimana proses koding, usaha menginterpretasi data tidak dilakukan sekali saja, melainkan berulang. Data tekstual yang sudah dikategorisasi sesuai tema diinterpretasi kembali dalam rangka mencari hubungan antar tema dalam label atau kode yang berbeda. Riset sosial selalu melibatkan interpretasi. Di satu sisi, interpretasi mengindikasikan unsur subjektivitas dalam penelitian. Di sisi lain, justru di situlah kekuatan riset kualitatif dimana peneliti sebagai bagian dari instrumen riset berperan sangat penting dalam proses analisis.

## **3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis data**

### **3.9.1 Teknik Analisis Data**

#### 1. Uji Validasi

Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuisisioner tersebut. Uji validasi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom (df) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah item, dan dengan alpha 0,05. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. (Danang Sunyoto, 2013 :145).

#### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Emzir (2012:177), Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuisisioner. Kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apa bila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Metode yang sering digunakan dalam

penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*.

Uji reabilitas yang di pakai dengan menggunakan teknik *CronbachAlpha* dengan ketentuan :

Jika  $\text{Alpha} \geq 0,6$  maka dapat dikatakan Reliabel.

Jika  $\text{Alpha} \leq 0,6$  maka tidak dapat dikatakan Reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Untuk menguji adanya Multikolinearitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*. (Danang Sunyoto, 2013:216)

#### b. Uji Heteroskedastitas

Untuk membuktikan adanya homoskedastitas dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows* dengan grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heteroskedastitas. Sebaliknya, jika ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastitas.

#### c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*, dimana ketika hasil print out dengan menggunakan grafik normal *probability plot of regression standardized*. Jika ada menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis regresi yang dilakukan antara satu variabel terikat dengan beberapa (lebih dari satu) variabel bebas. Analisis linier berganda digunakan untuk menunjukkan bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sehingga si peroleh rumusan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Variabel Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> : Variabel kualitas Layanan

X<sub>2</sub> : Variabel kualitas Produk

a : Parameter Konstanta

b<sub>1</sub> , b<sub>2</sub> : Parameter Penduga

e : Error

### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) memiliki dampak terhadap variabel dependen ( $y$ ) yang dinyatakan dalam persentase. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus Koefisien Determinasi :

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien Determinasi.

$r^2$  : Koefisien Korelasi.

### 3.9.2 Teknik Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*. Adapun uji hipotesis yang diuji adalah :

$H_0$  :  $\beta_1=0$ , artinya variabel kualitas layanan dan variabel kualitas produk tersebut secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

$H_1$  :  $\beta_1 \neq 0$ , maka artinya variabel kualitas layanan dan kualitas produk tersebut secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jika nilai signifikan F dari hasil print out lebih kecil dari 0,05, artinya variabel kualitas layanan dan variabel kualitas produk tersebut secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 2. Uji signifikansi Parsial (Uji T)

Untuk menguji apakah koefisien regresi dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*. Adapun uji hipotesis yang diuji adalah :

$H_0: \beta_n = 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

$H_1: \beta_n \neq 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Jika nilai signifikan T dari hasil print out lebih kecil dari 0,05, artinya ai bukan merupakan estimator yang signifikan, atau dapat dikatakan variabel kualitas layanan dan variabel kualitas produk tersebut masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.