

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kausalitas. Metode penelitian kuantitatif sendiri adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme dengan menggunakan populasi atau sampel tertentu. Sementara itu yang dimaksud dengan kausal dalam penelitian ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti, yaitu variabel *dependent* dan variabel *Independent* (Sugiyono 2016:6).

B. Variabel dan Pengukuran

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat yang digunakan dalam penelitian. Variabel bisa berupa nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini ada dua variabel utama yang digunakan yaitu variabel *dependent* dan variabel *Independent* (Sugiyono, 2016: 49).

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel *Independent* adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel sebelumnya atau menjadi penyebab timbulnya variabel terikat. Sehingga variabel *Independent* dalam penelitian ini adalah promosi (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel *dependent* adalah variabel terikat, dimana variabel yang dipengaruhi atau menjadi variabel akibat, karena adanya variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan variabel *dependent* adalah Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 1

Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	No. Butir Pernyataan	Pengukuran
Promosi (P)	Sebuah upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau sebuah merek dengan tujuan untuk memperkenalkan atau memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk atau jasa yang mereka miliki.	1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi 4. Frekuensi promosi	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10,11,12	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	No. Butir Pernyataan	Pengukuran
Kualitas Produk (KP _k)	Kualitas produk merupakan semua hal yang berhubungan dengan produk baik dalam bentuk fisik maupun non fisik. Produk yang berkualitas dari sebuah perusahaan atau merek, harus mampu memenuhi harapan atau keinginan dari pelanggan.	1. Kinerja 2. Kesan kualitas 3. Keistimewaan tambahan 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Desain	13,14,15 16,17,18 19,20,21 22,23,24 25,26,27 28,29,30	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (KP _n)	Kualitas pelayanan adalah penilaian yang dirasakan pelanggan mengenai baik	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empthy</i>	31,32,33 34,35,36 37,38,39 40,41,42 43,44,45	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	No. Butir Pernyataan	Pengukuran
	buruknya berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau merek kepada pelanggannya.			
Kepuasan Pelanggan (KP)	Tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.	1. Kepuasan secara keseluruhan 2. Konfirmasi harapan 3. Perbandingan dengan situasi ideal	46,47,48 49,50,51 52,53,54	Skala <i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016: 117), populasi adalah jumlah total objek atau subjek dengan ciri dan sifat tersendiri yang ditentukan oleh peneliti dan setelah diperoleh hasil akhir. Populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah general yang digunakan sebagai penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan yang membeli produk iPhone di Renan

Store Cabang Bogor. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 119), sampel adalah bagian atau sebagian kecil dari popilasi yang diambil melalui metode tertentu dan juga berdasarkan pada karakteristik tertentu yang bisa menggambarkan atau mewakili populasi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik samplingnya adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan beberapa karakteristik tertentu. *Purposive sampling* digunakan karena tidak semua populasi bisa dijadikan sebagai sampel. Berikut adalah beberapa karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Pelanggan Renan *Store* Cabang Bogor yang sudah pernah membeli produk iPhone minimal satu kali.
- b. Pelanggan Renan *Store* Cabang Bogor yang menggunakan produk iPhone yang membelinya minimal dibawah 1 tahun.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus dari Lemeshow, hal tersebut dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui nilai pastinya.

$$n = \frac{z^2}{4 (moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,05)^2}$$

$$n = 384,16 \rightarrow 384$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi pada signifikansi lima persen (1,96)

Moe = *Margin of Error Max*, dalam penelitian ini adalah 5%

Hasil n pada rumus diatas adalah 384,16 sehingga dibulatkan oleh peneliti menjadi 384, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 384 reponden.

D. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016: 75), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data untuk melakukan analisis dan penarikan kesimpulan. Tanpa adanya data maka penelitian tidak bisa dilakukan. Dalam penelitian ini ada dua metode yang digunakan, yang pertama adalah kuesioner dan yang kedua adalah observasi.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pernyataan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pengambilan sumber data yang berasal dari tiga macam sumber yaitu, tulisan, tempat, dan kertas atau orang.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan peneliti untuk mengukur jawab dari masing-masing responden. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden melalui link *Google Form*. Di mana dalam penelitian ini jawaban dari masing-masing responden diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* 1-5 (Sugiyono 2016: 100).

1. Nilai 5 untuk jawaban sangat setuju
2. Nilai 4 untuk jawaban setuju
3. Nilai 3 untuk jawaban netra
4. Nilai 2 untuk jawaban tidak setuju
5. Nilai 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018: 200), uji validitas merupakan uji dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang digunakan mampu mengungkapkan variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Salah satu uji validitas yang bisa digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah pertanyaan kuesioner adalah menggunakan uji validitas konstruk. Uji ini akan mengkorelasikan nilai item dengan nilai

total. Untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi pearson product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

X = skor yang ada dibutir item

Y = total skor

n = jumlah subyek

$\sum X$ = jumlah skor X

$\sum Y$ = jumlah skor Y

Untuk menentukan suatu pertanyaan valid atau tidak maka koefisien korelasinya dibandingkan dengan r tabel. Dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian, syarat minimum 0,3 sebuah instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien Jika $r_{hitung} \geq r_{table}$. Validitas diukur dengan bantuan program SPSS 26.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018: 202), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji statistik Cronbach Alpha (α) digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Apabila alpha mendekati satu, maka reliabilitas datanya semakin terpercaya. Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan Cronbach Alpha Coeficient menggunakan bantuan software SPSS 26. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum b^2}{\sum t^2} \right)$$

Keterangan:

R = Realiabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum b^2$ = Jumlah varians butir

$\sum t^2$ = Varians total

Hasil dari perhitungan menggunakan rumus di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 2

Table koefisien reliabilitas

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2018: 205), uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal atau tidak. Apabila terdistribusi dengan normal maka model regresi yang digunakan adalah model regresi yang baik. Uji normalitas data sendiri bisa menggunakan uji statistik non-parametrik.

Uji statistik sederhana yang dapat dilakukan untuk melihat suatu data terdistribusi normal atau tidak adalah menggunakan nilai kurtosis dan skewness dari residualnya. Berikut adalah rumus yang digunakan:

$$Z_{\text{skewness}} = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

Sedangkan nilai z kurtosis dapat dihitung menggunakan rumus

$$Z_{\text{kurtosis}} = \frac{\text{Kurtosis}}{\sqrt{24/N}}$$

Berdasarkan nilai skewness dan kurtosis harus lebih kecil dari 2,58 agar data yang digunakan berdistribusi normal.

Menurut Ghazali (2018: 208), uji normalitas juga bisa menggunakan uji histogram, normal P-P *plot*, dan *one sample* Kolmogorov Smirnov. Namun yang paling sering digunakan dan dianggap paling valid hasilnya adalah uji *one sample* Kolmogorov Smirnov. Untuk dasar pengambilan keputusan dari uji *one sample* Kolmogorov Smirnov adalah sebagai berikut :

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

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Untuk dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas ada dua yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF* (Ghozali 2018: 210).

- 1) Jika nilai *tolerance* > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi

- 2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi
- 3) Jika nilai *VIF* $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
- 4) Jika nilai *VIF* $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila koefisien korelasi dari masing – masing variabel bebas ada yang tingkat kekelirunya dibawah 5%, berarti menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas dan jika nilai kekeliruan di atas 5% berarti menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Pengujian data menggunakan bantuan program SPSS 26. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan uji Rank Spearman, model Rank Spearman, dilakukan dengan mengkorelasi semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residunya menggunakan korelasi Rank Spearman. Gejala heteroskedastisitas ditunjukan oleh koefisien Rank Spearman dari masing – masing variabel bebas dengan nilai absolute residunya. Jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha ($\text{sig.} > \alpha$), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Uji linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sedang diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan. Uji linearitas merupakan pra syarat penggunaan analisis regresi dan korelasi.

Rumus uji linieritas adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari jumlah kuadrat regresi ($JK_{Reg(a)}$)

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

- 2) Mencari jumlah kuadrat regresi ($JK_{Reg(b/a)}$)

$$JK_{Reg(b/a)} = b \cdot \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X) \cdot (\sum y)}{n} \right\}$$

- 3) Mencari jumlah kuadrat regresi (JK_{Res})

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg(b/a)} - JK_{Reg(a)}$$

- 4) Mencari jumlah kuadrat regresi (RJK_{Res})

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n - 2}$$

- 5) Mencari jumlah kuadrat regresi (JK_E)

$$Jk_E = \sum_k \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \right\}$$

- 6) Mencari jumlah kuadrat regresi (JK_{TC})

$$Jk_{TC} = JK_{Res} - JK_E$$

- 7) Mencari rata-rata jumlah jumlah kuadrat tuna cocok (RJK_{TC})

$$RJK_{TC} = \frac{JK_{TC}}{K - 2}$$

8) Mencari rata-rata jumlah kuadrat eror (RJK_E)

$$RJK_E = \frac{JK_E}{n - K}$$

Pengujian linearitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 pada perangkat *Test for Linearity*. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig. < 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang linear
- 2) Jika nilai sig. > 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:243) analisis deskriptif merupakan analisis yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata, maximum dan minimumnya. Statistik deskriptif adalah statistika untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k f_i M_i}{\sum_{i=1}^k f_i}$$

Dimana :

M_i = nilai tengah kelompok data ke-i

M_i = frekuensi atau banyaknya observasi pada kelompok data

ke-i

K = banyaknya kelompok data

Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan tujuan agar dapat mengetahui jawaban dari masing-masing variabel yang diberikan melalui kuesioner penelitian. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis, maka digunakan program SPSS 26 .

4. Analisis Korelasi Berganda

Menurut Ghozali (2018: 222), uji koefisien korelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel yang sedang diuji. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sementara itu kuat atau lemahnya hubungan suatu variabel dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasinya.

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel *Independent* dan variabel *dependent*. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut:

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika $r = +1$ atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti

dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.

- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

Tabel 3

Tabel Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016)

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lain yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik (regresi). Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mencari apakah pengaruh dari dua atau lebih variabel *Independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat) (Santoso, 2020: 397)

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

X1 : Promosi

X2 : Kualitas Produk

X3 : Kualitas Pelayanan

β : Koefisien Regresi

e : Standart error

Apabila hasil uji regresi menunjukkan nilai t hitung $>$ t table dengan signifikansi 0,05 maka dapat dirumuskan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya, begitupun sebaliknya apabila nilai t hitung $<$ t table dan tingkat signifikansinya 0,05, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

6. Uji Hipotesis

Untuk menyesuaikan atau menguji hipotesis yang diinginkan, dilakukan menggunakan alat uji statistik, yaitu:

a. Uji t

Uji t merupakan uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel *Independent* secara individual (parsial) terhadap variabel *dependent* (Santoso, 2020: 285). Adapun langkah-langkahnya yaitu:

- 1) Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a

- 2) Menetapkan taraf signifikansi (α) yaitu $5\% = 0,05$
- 3) Membuat kesimpulan : Jika $p \leq \alpha = H_0$ ditolak dan H_a diterima
- 4) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \beta_n / S\beta_n$$

t = mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (f)

β_n = koefisien regresi masing-masing variabel

$S\beta_n$ = standar error masing-masing variabel

Maka dalam penelitian ini bentuk untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara parsial ditolak atau diterima, Adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh promosi ,secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh promosi, secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

$H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasn pelanggan

$H_1 : \beta_2 \neq 0$,terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

$H_0 : \beta_3 = 0$,tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

H1 : $\beta_3 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan .

b. Uji F

Uji F merupakan bagian dari uji hipotesis yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Independent* terhadap variabel *dependent* secara bersama-sama atau serempak. Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis yang sudah ditarik pada awal penelitian (Santoso, 2020: 285). Berikut adalah langkah-langkah melakukan uji F:

- 1) Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a
- 2) Menetapkan taraf signifikansi (α) yaitu $5\% = 0,05$
- 3) Membuat kesimpulan : Jika $p \leq \alpha$ = H_0 ditolak dan H_a diterima
- 4) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, Adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, tidak terdapat pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

$H_1 : \beta_1 , \beta_2 , \beta_3 \neq 0$, terdapat pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R Square memiliki makna sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel X terhadap variabel

terikat atau Variabel Y atau dengan kata lain nilai koefisien determinasi ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Y (Santoso 2020: 421)