

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian yang belandas pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2014:7).

Metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti untuk memilih pola dan prosedur yang sesuai dalam memperoleh data, menganalisisnya, sampai dengan menyajikan laporan dengan baik dan informative menurut Tony Wijaya (2013:1). Dalam hal ini penelitian menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (bebas) yaitu yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) Citra Merek ( $X_3$ ) dengan variabel dependen terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

#### **3.2 Sumber Data**

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di dapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada dilapangan. Menurut

Sugiyono (2014:20). Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisioner yang dibagikan kepada pelanggan pengguna PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, artikel, buku – buku sebagai teori dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. (Wiratna Sujarweni 2015, p.39). Dalam penelitian ini data sekunder berupa data pelanggan, daftar harga dan data keluhan-keluhan dari pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*)**

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### **3.3.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan penelitian untuk memperoleh data - data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara:

- a. Dokumentasi, yaitu dengan membaca buku atau literatur atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang berasal dari media elektronik seperti internet, yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian tentang Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung

- b. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut Sugiyono (2014:142). Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden yang menyewa kendaraan di PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Pengukuran untuk variabel independent dan dependent menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga data dapat dihitung. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

- |        |                      |        |
|--------|----------------------|--------|
| 1. SP  | = Sangat Setuju      | Skor 5 |
| 2. S   | = Setuju             | Skor 4 |
| 3. KS  | = Kurang Setuju      | Skor 3 |
| 4. TS  | = Tidak Seju         | Skor 2 |
| 5. STS | =Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014 : 157). obyek yang diteliti adalah perusahaan jasa PT.Adi sarana Armada Tbk Lampung, sedangkan subyeknya adalah pelanggan pengguna jasa, tahun 2014-2016 berjumlah 141 perusahaan yang masih dan sudah menggunakan jasa di PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu, Tony Wijaya (2013:27). Dari populasi yang telah ditentukan diatas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representative atau mewakilidari populasi tersebut. Jadi sample merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Non probability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih menurut (Sugiyono, 2014:84). Metode yang digunakan adalah purposive sampling merupakan penarikan sampel bergantung pada pengumpulan data. Kriteria responden adalah pelanggan yang merupakan pengguna PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung yang telah menyewa kendaraan minimal 1 tahun.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus penentuan ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin*, Tony Wijaya (2013:29). Dalam penelitian ini sampel menggunakan rumus *Slovin* yaitu :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 5 %

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(1 + Ne^2)} \\
 &= \frac{141}{1 + 141 (0,1)^2} \\
 &= \frac{141}{2,41} \\
 &= 58,50 \text{ di bulatkan menjadi } 59 \text{ perusahaan}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 59 sampel.

### **3.5 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2014, p.88) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

#### **3.5.1 Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam hal ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) dan citra merek ( $X_3$ )

#### **3.5.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan(X1)	Kotler dan Keller (2009:56) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.	Kualitas pelayanan pada Assa Rent di Lampung yang masih kurang baik bagi para pelanggan yang melakukan penyewaan jasa.	1. Berwujud( <i>tangibile</i> ) 2. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 3. Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ) 4. Jaminan dan kepastian( <i>assurance</i> ) 5. Empati( <i>empathy</i> )	Interval
Harga (X2)	Harga menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk sinyal agar dapat mengkomunikasikan nilai dari produk atau jasa serta tidak hanya sebagai penentu profitabilitas.	Penilaian seseorang kesesuaian harga terhadap suatu produk atau jasa yang memberikan manfaat bagi orang tersebut.	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	Interval
Citra Merek (X3)	brand image sebagai persepsi mengenai sebuah merek sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam benak konsumen (Keller, 2009:260)	Sesuatu yang terdapat di dalam benak pikiran pelanggan	1. <i>Kualitas</i> 2. <i>Dapat dipercaya</i> 3. <i>Kegunaan</i> 4. <i>Pelayanan</i> 5. <i>Resiko</i>	

Kepuasan Pelanggan (Y)	Situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.(Tjiptono 2014: 353)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat persaab pelanggan PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung setelah menggunakan penyewaan kemdaraan atau layanan dengan apa yang diharapkan sebelum menerimanya.	a) Kepuasan pelanggan keseluruhan b) Dimensi kepuasan pelanggan c) Konfirmasi harapan d) Niat beli ulang e) Kesiediaan untuk merekomendasi f) Ketidakpuasan pelanggan	Interval
------------------------	--	---	--	----------

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar item pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok bariabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$  maka valid (Wiratna Sujarweni, 2015, p.108). Uji validitas menggunakan teknik kolerasi Product Moment dengan menggunakan 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 antar variabel X dan Y
- N = Jumlah Sampel
- X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

1. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 (5%)
  1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen valid.
  2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid.
2.  $r_{tabel}$  adalah 0,361 dengan sampel sebanyak 20 orang.
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tehnik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 22.0.

**Tabel 3.1**  
**Interprestasi Nilai R**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

*Sumber: Sugiyono (2009:183).*

Prosedur pengujian :



1.  $H_0$  : data reliable  
 $H_a$  : data tidak reliable
2. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument reliable  
 Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrument tidak reliable
3. Pengujian Realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 22.0*)
4. Penjelsan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang dimiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametik. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama (Wiratna Sujarweni, 2015:120). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (KS).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal  
 $H_a$  : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila (Sig)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (Normal)  
 Apabila (Sig)  $< 0,05$  maka  $H_a$  ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 22.0*).

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

### 3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas sampel dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Pada analisis regresi, persyaratan analisis yang dibutuhkan adalah bahwa galat regresi untuk setiap pengelompokan berdasarkan variabel terikatnya memiliki variansi yang sama.

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Varian populasi adalah homogen.  
 $H_a$  : Varian populasi adalah tidak homogen.
2. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (Homogen).  
Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (Tidak Homogen).
3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solutions* seri 22.0).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

### 3.8.3 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi kita yang mengerjakan Skripsi berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada

program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : model regresi berbentuk linier  
 $H_a$  : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka  $H_0$  ditolak  
 Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka  $H_0$  diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

### 3.8.4 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (Wiratna Sujarweni, 2015:158). Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Wiratna Sujarweni, 2015:227). Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation faktor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
 Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas. Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas.
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 21.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,1 maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### 3.9 Metode Analisis Data

Wiratna Sujarweni (2015:121) menyatakan bahwa analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

#### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiono (2014:243) Regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen kriterium bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi dinaik turunkan nilainya. Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila variabel independennya minimal 2. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) dan citra merek ( $X_3$ ) dengan variabel dependen terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penlitia ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + et$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

- X1 = Kualitas pelayanan  
 X2 = Harga  
 X3 = Citra merek  
 a = Konstanta  
 et = Error Item  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefesien Regresi

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### Pengujian hipotesis

##### 3.10.1 Uji t :

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Ho = Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

Ha= Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak
- Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima
- Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima

#### 2. Pengaruh Harga (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Ho = Persepsi Harga (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung..

Ha= Persepsi Harga (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak

- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- c. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- d. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

### 3. Pengaruh Citra Merek ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_0$  = Citra Merek( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung..

$H_a$ = Citra Merek( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- e. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- f. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- g. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

#### 3.10.2 Uji F

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$H_0$ = Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

$H_a$ = Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)pada PT.Adi Sarana Armada Tbk Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

- b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada  $db_1=k$  dan  $db_2 =n-k-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
  - b. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis