

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah tipe penelitian bersifat *eksplanatory research*. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995: 5), penelitian eksplanatori adalah tipe penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini, penulis berusaha menjelaskan hubungan antara variabel kualitas layanan, variabel komunikasi *word of mouth*, dan variabel harga yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa.

B. Sumber Data

Menurut Arikunto (2006: 129), sumber data dalam penelitian adalah "subjek dari mana data dapat diperoleh". Oleh karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner, maka sumber datanya adalah para pasien rawat inap Rumah Sakit Urip Sumoharjo Bandar Lampung yang termasuk jenis data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama seperti hasil dari wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2007: 135), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dibuat dengan kategori *multiple choice* dengan menggunakan skala likert, dimana setiap butir pertanyaan dibagi menjadi lima skala ukur yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

D. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, komunikasi *word of mouth*, harga, dan keputusan pembelian menggunakan jasa.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap Rumah Sakit Urip Sumoharjo Bandar Lampung.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2007:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dapat berupa subyek yang mempunyai kualitas. Arikunto (2002:109), Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap Rumah Sakit Urip Sumoharjo Bandar Lampung. Adapun tujuan dari pemilihan ini adalah dikarenakan pasien rawat inap memiliki pengalaman lebih dalam menerima pelayanan dari pihak rumah sakit. Besar populasi tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus sebagai berikut menurut Sugiyono (2003: 57):

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 (p) (q)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z α = nilai standar normal yang besarnya tergantung α ,

bila $\alpha = 0,05 \rightarrow z = 1,67$

bila $\alpha = 0,01 \rightarrow z = 1,96$

p = estimator proporsi populasi

q = 1 - p

d = penyimpangan yang ditolerir

Penulis memperoleh n (jumlah sampel) yang besar dan nilai p belum diketahui, maka dapat digunakan $p = 0,5$. Dengan demikian, jumlah sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 (p) (q)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,025}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ orang}$$

Pada penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebesar 96 responden pasien rawat inap Rumah Sakit Urip Sumoharjo Bandar Lampung. Adapun rincian dari jumlah responden berdasarkan penelitian di lapangan, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden

Konsumen	Frekuensi	Persentase (%)
Pasien	41	43,2
Keluarga	55	56,8
Total	96	100

Sumber: Data diolah 2010

Tabel di atas menunjukkan bahwa distribusi responden terbesar yang merupakan konsumen Rumah Sakit Urip Sumoharjo berstatus sebagai keluarga pasien. Jumlah keluarga pasien yang lebih banyak ini disebabkan karena peneliti menghindari ketidaknyamanan pasien saat sedang menjalani rawat inap sehingga

dapat tetap menjaga kinerja para tenaga medis dalam upayanya memberikan kenyamanan dan jaminan rasa aman bagi sang pasien sehingga dalam penyebaran kuesioner, responden cenderung diwakili oleh keluarga pasien.

Dalam hal ini jumlah responden berdasarkan kelas rawat inap yang ditempati, sama rata dikarenakan sub populasi atau jumlah dari masing-masing kelas rawat inap yang tidak dapat diketahui, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Kelas Kamar yang Ditempati

Kelas Kamar	Frekuensi	Persentase (%)
Rawat Inap Kelas I:		
- Kamar Super VIP	8	8,3
- Kamar VIP	8	8,3
- Kamar Kelas I Plus	8	8,3
- Kamar Kelas I	8	8,3
Rawat Inap Kelas II:		
- Kamar Kelas II A	16	16,7
- Kamar Kelas II B	16	16,7
Rawat Inap Kelas III	32	33,4
Total	96	100

Sumber: Data diolah 2010

2. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* atau sampel purposif. Menurut Tika (2006: 46), sampel purposif adalah sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil orang atau

objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Ciri-ciri tersebut sangat tergantung dari keinginan dan kriteria yang ditentukan peneliti. Dalam penelitian ini, kriteria yang ditentukan peneliti untuk menjadi ciri-ciri sampel adalah pasien yang pernah atau sedang rawat inap minimal 2 hari di Rumah Sakit Urip Sumoharjo Bandar Lampung, atau keluarga yang mewakili pasien dalam mengisi kuesioner, dan berdomisili di Bandar Lampung. Hal ini merupakan pertimbangan peneliti, mengingat seorang pasien rawat inap atau keluarga yang mendampingi selama minimal 2 hari, tentu memiliki pengalaman lebih banyak dan lebih lama terhadap kualitas layanan yang dirasakan, dibanding pasien yang datang untuk sekedar berobat ataupun rawat jalan.

F. Definisi Konseptual

Singarimbun dan Effendi (1995: 21) mengemukakan definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.

Definisi konseptual pada penelitian ini adalah :

1. Kualitas layanan adalah mutu yang diharapkan dan dirasakan dari jasa yang ditawarkan dan dapat dinilai melalui kelima dimensinya yang terdiri dari *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik).
2. Komunikasi *word of mouth* adalah komunikasi dari mulut ke mulut berupa rekomendasi, promosi, penawaran suatu produk atau jasa baik positif maupun negatif, yang disampaikan oleh konsumen kepada pihak internal

maupun eksternal perusahaan berdasarkan pengalaman dan kepuasan yang dirasakannya.

3. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
4. Proses keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya, yang melalui proses yang terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.

G. Definisi Operasional

Singarimbun dan Sofyan (1995: 2), Definisi Operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dalam mengukur konsep maka dibutuhkan definisi operasional dalam menjabarkan konsep tersebut secara lebih jelas. Uraian tentang definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Definisi Operasional

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Item
Kualitas layanan (X1)	Kualitas layanan adalah mutu yang diharapkan dan dirasakan dari jasa	a. <i>Reliability</i> (kehandalan): kemampuan memberikan	1. Rumah sakit memberikan pelayanan sesuai

Tabel 6. (lanjutan)

	<p>yang ditawarkan dan dapat dinilai melalui kelima dimensinya yang terdiri dari: <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>assurance</i> (jaminan), <i>emphaty</i> (empati), dan <i>tangibles</i> (bukti fisik).</p>	<p>pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu.</p> <p>b. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap): kesediaan para karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.</p> <p>c. <i>Assurance</i> (jaminan): pengetahuan, kemampuan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.</p> <p>d. <i>Emphaty</i> (empati): sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan</p>	<p>dengan kebutuhan pasien/konsumen.</p> <p>2.Rumah Sakit memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan</p> <p>3.Hasil pemeriksaan yang dilakukan paramedis tepat.</p> <p>1.Paramedis tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen.</p> <p>2.Pihak rumah sakit cepat saat menangani kedatangan pasien.</p> <p>3.Paramedis selalu siap memberikan informasi pada pasien.</p> <p>1.Kemampuan paramedis membuat konsumen yakin.</p> <p>2.Paramedis selalu bersikap sopan kepada pasien.</p> <p>3.Kemampuan tingkat pengetahuan tenaga medis profesional.</p> <p>1.Paramedis memberikan perhatian khusus pada pasien.</p> <p>2.Paramedis memahami</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Komunikasi <i>word of mouth</i> (X2)</p> <p>Harga (X3)</p>	<p>Komunikasi <i>word of mouth</i> adalah komunikasi dari mulut ke mulut berupa rekomendasi, promosi, penawaran suatu produk atau jasa baik positif maupun negatif yang disampaikan oleh konsumen kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan berdasarkan pengalaman dan kepuasan yang dirasakannya.</p> <p>Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk</p>	<p>konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.</p> <p>e. <i>Tangible</i> (bukti fisik): tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, termasuk seragam, kerapihan, keramahan, dan pelayanan yang cepat</p> <p>a. Rekomendasi dari keluarga, teman/relasi yang diperoleh konsumen.</p> <p>b. Kemauan konsumen membicarakan pengalaman dan kepuasan yang didapatkan.</p> <p>c. Kemauan konsumen mereferensikan rumah sakit kepada orang lain.</p> <p>a. Tingkat harga.</p> <p>b. Harga pesaing.</p>	<p>kebutuhan pasien.</p> <p>3. Paramedis menawarkan bantuan yang dibutuhkan konsumen tanpa diminta.</p> <p>1. Kerapihan penampilan paramedis</p> <p>2. RS Urip Sumoharjo memiliki peralatan medis yang lengkap.</p> <p>3. Fasilitas fisik pada Rumah Sakit menarik secara visual/dipandang mata.</p> <p>Konsumen memperoleh informasi dari keluarga, teman/relasi tentang RS Urip Sumoharjo</p> <p>Konsumen bersedia membicarakan pengalaman dan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan jasa RS Urip Sumoharjo</p> <p>Konsumen bersedia mereferensikan RS Urip Sumoharjo kepada orang lain.</p> <p>Harga yang ditetapkan RS Urip Sumoharjo terjangkau.</p> <p>Harga yang ditetapkan RS Urip</p>
---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Proses Keputusan pembelian (Y)</p>	<p>memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.</p> <p>Proses Keputusan Pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya, yang melalui proses yang terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.</p>	<p>c. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh konsumen</p> <p>a. Pengenalan masalah</p> <p>b. Pencarian informasi</p> <p>c. Evaluasi alternatif</p> <p>d. Keputusan pembelian</p> <p>e. Perilaku purna beli.</p>	<p>Sumoharjo murah dibandingkan rumah sakit sejenis.</p> <p>Harga yang ditetapkan RS Urip Sumoharjo sesuai dengan manfaat yang diperoleh.</p> <p>Adanya kebutuhan yang mendorong konsumen dalam menggunakan jasa pada RS Urip Sumoharjo.</p> <p>Konsumen mencari informasi sebelum memutuskan menggunakan jasa RS Urip Sumoharjo</p> <p>Konsumen membandingkan RS Urip Sumoharjo dengan rumah sakit lainnya setelah mendapatkan informasi.</p> <p>Konsumen memutuskan menggunakan jasa pada RS Urip Sumoharjo karena sesuai dengan keinginannya.</p> <p>Konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa pada RS Urip Sumoharjo.</p>
---------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

H. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

1. Pengujian Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya sebuah alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Co-efficient of Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2 (n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara Xi dan Yi

$\sum Xi$ = Σ Skor dari masing-masing variabel (faktor yang mempengaruhi)

$\sum Yi$ = Σ Skor dari seluruh variabel (skor total)

n = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tidak valid.

Sumber: Sugiyono, (2007: 182)

Peneliti menguji validitas instrumen dari 26 item pernyataan yang valid dengan menggunakan data yang terkumpul dari 30 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan r tabel 0,361. Bila harga korelasi r tabel $\leq r$ hitung, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tidak valid. Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 16.0 maka tingkat validitas yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas 30 Sampel

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,800	0,361	Valid
2	0,772	0,361	Valid
3	0,780	0,361	Valid
4	0,763	0,361	Valid
5	0,793	0,361	Valid
6	0,796	0,361	Valid
7	0,686	0,361	Valid
8	0,752	0,361	Valid
9	0,865	0,361	Valid
10	0,773	0,361	Valid
11	0,744	0,361	Valid
12	0,843	0,361	Valid
13	0,537	0,361	Valid
14	0,751	0,361	Valid
15	0,549	0,361	Valid
16	0,891	0,361	Valid
17	0,894	0,361	Valid
18	0,893	0,361	Valid
19	0,813	0,361	Valid
20	0,748	0,361	Valid
21	0,457	0,361	Valid
22	0,579	0,361	Valid
23	0,729	0,361	Valid
24	0,614	0,361	Valid
25	0,730	0,361	Valid
26	0,710	0,361	Valid

Sumber: Data Diolah 2010

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari semua item pernyataan yang memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner dikatakan valid. Karena semua item pernyataan valid, maka semua pernyataan dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner selanjutnya untuk pengumpulan data.

2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan alat ukur (kuesioner). Kuesioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicobakan berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Cara mengukurnya dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*.

Rumus *Alpha Cronbach's*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum \alpha b^2}{\alpha t^2}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \alpha b^2$ = \sum Varians butir pertanyaan

αt^2 = Varians Total

Dengan rumus varians yaitu:

$$\sum \alpha b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Sugiyono (2007:3)

Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau tidak reliabel. Nilai interpretasi reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,00	Tinggi
Antara 0,600 – 0,800	Cukup
Antara 0,400 – 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 – 0,400	Rendah
Antara 0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2002: 245)

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas 30 Sampel

Variabel	Alpha	Keterangan
X1	0,942	Reliabel
X2	0,858	Reliabel
X3	0,434	Reliabel
Y	0,699	Reliabel

Sumber: Data diolah 2010

Berdasarkan tabel 7 di atas maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini adalah reliabel karena nilai koefisien alpha variabel X1, X2, X3, dan Y lebih besar dari r tabel = 0,361. Oleh karena berdasarkan uji coba instrumen ini sudah valid dan reliabel seluruh item pernyataannya, maka item pernyataan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

I. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Editing

Yaitu memeriksa ulang data yang diperoleh dari lapangan untuk mengetahui lengkap tidaknya data, dengan demikian data yang diperoleh tidak terdapat kesalahan.

2. Koding

Yaitu membuat kategori-kategori tertentu dari data yang diperoleh dari lapangan.

3. Tabulasi

Yaitu memasukkan data kedalam tabel tunggal sehingga mudah dibaca. Hasil dari tahap koding berupa kategori-kategori data dari responden dimasukkan dalam bentuk tabel yang sesuai.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

a. Uji Normalitas

Gujarati (2003: 102), Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki

distribusi normal. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* adalah:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dan garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2000: 214).

b. Uji Autokorelasi

Priyatno (2008: 47-48), Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin Watson (uji DW). Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

c. Uji Heterokedastisitas

Santoso (2000: 210), Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke

pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinearitas (*Collinearity Statistic*)

Gujarati (2003: 328), Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk melihat apakah ada multikolinearitas dalam penelitian ini, maka akan dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Menurut Santoso (2001) dalam Priyatno (2008: 39), pada umumnya jika *VIF* lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

2. Uji R^2

Langkah awal yang ditemukan pada analisis regresi adalah koefisien korelasi yang menunjukkan korelasi/hubungan antara variabel dependen dengan variabel independennya. Interpretasi dari nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3 di atas. Uji R^2 (koefisien determinasi) digunakan untuk menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien korelasi ganda

N = Jumlah sampel

m = jumlah prediktor

(Sugiyono, 2007: 218)

Hipotesis yang diajukan adalah:

H_0 : kualitas layanan, komunikasi *word of mouth*, dan harga secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

H_a : kualitas layanan, komunikasi *word of mouth*, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5%, derajat bebas pembilang $df_1=(k-1)$ dan derajat bebas penyebut $df_2=(n-k)$, k merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan n merupakan jumlah pengamatan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a) - Jika $F_{hit} < F_{tab}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - Jika $F_{hit} > F_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) - Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen. Hipotesis yang diajukan adalah:

- H_0 : Koefisien regresi tidak signifikan.
- H_a : Koefisien regresi signifikan.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5% dengan $df=(n-k-1)$. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $t_{hit} > t_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Selanjutnya untuk menganalisis apakah ada hubungan variabel, digunakan Analisis Regresi Linier Berganda melalui program SPSS 16.0. Model Analisis regresi menurut Sugiyono (2007: 221) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + et$$

dimana:

a	= Nilai Intercept (konstanta)
X_1	= Kualitas layanan
X_2	= Komunikasi <i>word of mouth</i>
X_3	= Harga
b_1	= Koefisien regresi variabel X_1
b_2	= Koefisien regresi variabel X_2
b_3	= Koefisien regresi variabel X_3
et	= <i>disturbance term</i>
Y	= Keputusan menggunakan jasa

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah di mana H_0 ditolak). Sebaliknya tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah di mana H_0 diterima.