



BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan data, teknik pengumpulan sampel dan teknik analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini.

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa Kelapa Gading, Jakarta Utara. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Maret 2020 di Kelapa Gading, Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:76), desain penelitian diklasifikasikan kedalam delapan perspektif, yaitu:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi penelitian dapat bersikap formal atau eksploratif. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi survei. Dimana studi survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang berisi



daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawaban dari setiap pertanyaan dalam kuisioner.

Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain *ex post facto*. Dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam artian memanipulasinya.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, penulis berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan tokopedia.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan studi *cross sectional*. Penelitian hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Dilihati dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan atau *field studies*. Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen tokopedia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Kesadaran Persepsi Partisipan

- Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan di kehidupan sehari-hari.

Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, ada beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini, antara lain: Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen. Indikator dan *item* pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Pengukuran variabel kualitas produk dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Kualitas Produk	Bentuk	1. Kopi Janji Jiwa memiliki ukuran yang pas. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki bentuk kemasan minuman yang baik.	Interval
	Fitur	1. Kopi Janji Jiwa memiliki bahan pelengkap atau <i>topping</i> di dalam produknya. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki banyak pilihan menu minuman.	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kualitas Kinerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas produk yang baik. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki produk yang menarik di mata pelanggan. 	Interval
Kesesuaian Kualitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan. 2. Kopi Janji Jiwa sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. 	Interval
Ketahanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Janji Jiwa memiliki masa kadaluarsa di dalam produknya. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki daya tahan lebih lama jika masuk lemari pendingin. 	Interval
Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Janji Jiwa menawarkan cita rasa yang berbeda dibandingkan pesaing. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki kemasan yang berbeda dibandingkan pesaing. 	Interval
Perbaikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Janji Jiwa akan mengganti produk yang gagal atau rusak dalam produksinya. 2. Kopi Janji Jiwa akan mengganti produk jika pesanan tidak memenuhi SOP. 	Interval
Gaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Janji Jiwa memiliki rasa yang unik dibandingkan dengan pesaing. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki ciri khas yang unik dibandingkan dengan pesaing. 	Interval



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	Kustomisasi	1. Kopi Janji Jiwa bersedia memenuhi keinginan khusus yang diminta konsumen. 2. Kopi Janji Jiwa menyediakan pilihan menu yang bervariasi.	Interval
--	-------------	--	----------

Sumber: Kotler dan Keller (2016)

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah segala upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui totalitas fitur dan karakteristik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Pengukuran variable kualitas layanan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Kualitas layanan	Keandalan	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan layanan yang baik. 2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan informasi yang akurat dalam menjelaskan produk.	Interval
	Daya Tanggap	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan respon yang cepat. 2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu tepat dalam menanggapi kebutuhan konsumen	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Jaminan	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa dapat dipercaya dalam melayani konsumen	Interval
Empati	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa sudah baik dalam menangani kritik dan saran dari konsumen	Interval
Bukti Fisik	1. Karyawana Kopi Janji Jiwa selalu berpenampilan rapi dan menarik 2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu menjaga kebersihan peralatan dan gerainya.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016:393)

3. Citra Merek

Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya. Pengukuran variabel citra merek dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:



Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Citra Merek	Brand Identity (Identitas Merek)	1. Kopi Janji Jiwa memiliki logo yang mudah di kenali. 2. Merek Kopi Janji Jiwa merupakan merek yang mudah di kenali.	Interval
	Brand Personality (Personalitas Merek)	1. Saat membeli produk Kopi Janji Jiwa maka saya semakin percaya diri. 2. Produk Kopi Janji Jiwa memiliki tampilan khas dan berbeda dari merek lain.	Interval
	Brand Attitude and Behaviour (Sikap dan Perilaku Merek)	2. Karyawan Kopi Janji Jiwa yang cepat tanggap melayani pesanan konsumen. 3. Karyawan Kopi Janji Jiwa mampu bersikap bersahabat kepada konsumen.	Interval
	Brand Benefit and Competence (Manfaat dan Keunggulan Merek)	2. Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang dapat diandalkan. 3. Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang memiliki manfaat sesuai yang di janjikan.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2013: 97)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Kepuasan Konsumen

Ⓒ Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pengukuran variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen	Fitur Produk dan Layanan	1. Saya puas dengan produk yang di tawarkan Kopi Janji Jiwa. 2. Saya puas dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa.	Interval
	Emosi Konsumen	1. Saya senang dengan produk yang di tawarkan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan. 2. Saya senang dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan.	Interval
	Persepsi tentang Keadilan	1. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. 2. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena layanan yang	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Himpunan IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

		diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	
	Pelanggan lain, Anggota keluarga, dan Rekan Kerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain. 2. Saya merekomendasikan Kopi Janji Jiwa ke kerabat dan teman saya. 	Interval

Sumber: Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018: 159)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Di dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti dan diambil dengan cara non-probability atau yang disebut dengan penarikan sampel secara tidak acak. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan penulis adalah *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil mewakili pelanggan Kopi Janji Jiwa. Kriteria yang digunakan adalah yang pernah berbelanja di Kopi Janji Jiwa Kelapa Gading. Dalam penelitian ini jumlah sample yang ditentukan sebanyak 150 responden yang berdomisili di Kelapa Gading, Jakarta Utara.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian. Terdapat tiga metode pengumpulan data menurut Sekaran dan Bougie (2017:134) yaitu:

1. Wawancara

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Salah satu metode pengumpulan data adalah mewancarai responden untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan melihat, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan perilaku, tindakan, atau peristiwa secara terencana.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dimana peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.

F. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui hasil kuisisioner dari responden kemudian diolah dengan SPSS untuk dapat dianalisis. Dalam menganalisis peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

a) Rata-Rata Hitung

Cara menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$X = \sum \frac{F_i \cdot X_i}{N}$$

Keterangan:

X : Skor rata-rata

F_i : Frekuensi pemilihan nilai

X_i : Skor (1, 2, 3, 4, 5)



n : Jumlah total frekuensi/data yang digunakan

2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika indikator pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r: Koefisien korelasi

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total item

N: Jumlah responden

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur sesuatu kuesioner yang menerapkan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha >0,60.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

$$r = \frac{11 \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan:

σ_t^2 : Varian Total

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

k : Jumlah butir pertanyaan

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrument

Analisis Presentasi

Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat table untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing-masing pertanyaan rumus presentase dapat dilibat sebagai berikut:

$$F_r = \frac{\sum F}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

F_r : Frekuensi relative

F : Frekuensi

n : Responden

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas residual

Uji normalitas residual dilakukan untu melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov.

H_0 : residual data berdistribusi normal

H_a : residual data tidak berdistribusi normal



Dasar pengambilan keputusan:

Terima H_0 bila probabilitas ≥ 0.05

Tolak H_0 bila probabilitas < 0.05

b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika terdapat korelasi linier yang sangat tinggi diantara beberapa atau semua variable independent. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas diantara variable bebas. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai tolerance ≥ 0.10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 atau VIF ≥ 10 maka terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamat lainnya. Jika varians residual dan satu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi spearman.

Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali, I. (2016:8), analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antara lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat,



juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Citra Merek

Y = Kepuasan Konsumen

β_0 = Koefisien regresi

β_1 = koefisien regresi variable X_1

β_2 = koefisien regresi variable X_2

β_3 = koefisien regresi variable X_3

ε = komponen sisaan yang tidak diketahui nilainya

Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a = Ada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Terima H_0 , Jika $\text{sig} > 0,05$
2. Tolak H_0 , jika $\text{sig} < 0,05$

a. Uji keberatian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikasi model regresi, apakah model regresi penelitian *fit* dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3$$

$$H_a = \text{Tidak semua } \beta = 0$$

1. Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
2. Bandingkan nilai Sig. F dengan $\alpha=0.05$
 - a. Jika nilai Sig. F ≥ 0.05 maka model tidak *fit* dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
 - b. Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model *fit* dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi mode regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variable dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independen pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent terhadap variable dependent. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variable independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_01 : \beta_1 = 0$$

$$H_a1 : \beta_1 > 0$$

$$H_02 : \beta_2 = 0$$

$$H_a2 : \beta_2 > 0$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

$$H_{03} : \beta_3 = 0$$

$$H_{a3} : \beta_3 > 0$$

1. Dari table *coefficient* diperoleh nilai t hitung dan Sig. 1 untuk masing-masing variable independent yang diuji
2. Bandingkan nilai Sig. t (*one tailed*) dengan $\alpha=0.55$
 - a. Jika nilai Sig.t $\geq \alpha$ maka variable independent tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.
 - b. Jika nilai Sig.t $< \alpha$ maka variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independent dalam model dapat menjelaskan variable dependent. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:

1. Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
2. Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.