



## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pada bab ini, peneliti akan membahas mengenai metode penelitian serta komponen-komponen yang berhubungan dengan metode penelitian. Komponen-komponen yang dimaksud terdiri dari obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan teknik pengumpulan data. Pada bagian objek penelitian, akan dipaparkan gambaran singkat mengenai sesuatu yang diteliti, dengan penjelasan mengenai apa dan atau siapa yang menjadi obyek penelitian, dan hal-hal lain yang terkait. Desain penelitian meliputi cara dan pendekatan penelitian yang akan digunakan serta uraian penjelasan mengapa cara dan pendekatan tersebut digunakan.

Variabel penelitian berisikan penjabaran dari masing-masing variabel serta definisi operasionalnya secara ringkas dan data apa saja yang dapat dipergunakan sebagai indikator dari variabel-variabel penelitian tersebut. Teknik pengambilan sampel berisikan teknik peneliti dalam memilih anggota populasi menjadi anggota sampel. Teknik pengumpulan data menjabarkan usaha bagaimana peneliti mengumpulkan data, menjelaskan data yang diperlukan dan bagaimana teknik pengumpulan data yang digunakan. Pada bagian teknik analisis data, peneliti akan membahas metode analisis yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian, juga rumus-rumus statistik yang digunakan dalam perhitungan dan program komputer yang diperlukan dalam pengolahan data.

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.



## A. Obyek Penelitian

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah Kopi Kenangan di Jakarta. Subyek dari penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Kopi Kenangan di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di Jakarta secara online.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## B. Desain Penelitian

### 1. Pengertian Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146), desain penelitian adalah rencana awal pengumpulan, pengukuran, analisis data, dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan peneliti.

### 2. Klasifikasi Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:148), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini dapat ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

#### a. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

#### b. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey*, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel  
Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.
- d. Berdasarkan tujuan penelitian  
Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan nilai preferensi merek.
- e. Berdasarkan dimensi waktu  
Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan “potret” dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.
- f. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan  
Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik, dimana uji statistik lebih mementingkan keluasan studi dan bukan kedalaman studi.
- g. Berdasarkan lingkungan penelitian  
Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena data-data didapat secara langsung melalui penyebaran kuesioner. Selain itu, subjek dan obyek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.
- h. Berdasarkan persepsi subjek  
Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek yang tidak merasa adanya penyimpangan dari kehidupan sehari-hari.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.



### C. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah harga dan kualitas produk. Harga adalah sejumlah uang yang perlu dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang akan digunakan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan, yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap produk atau jasa yang sudah dibelinya setelah membandingkan kualitas yang diharapkan dengan kualitas yang dirasakan. Dimensi dan indikator setiap variabel dipaparkan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Harga**

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Harga (Diadaptasi dari Kotler dan Armstrong, 2017)	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan cukup terjangkau.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan Kopi Kenangan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga minuman Kopi Kenangan sesuai dengan varian rasa yang ditawarkan.	Interval
	Daya Saing Harga	Harga yang ditawarkan Kopi Kenangan mampu bersaing.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Tabel 3.2**

**Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk**

©

Variabel	Dimensi	Butir Pertanyaan	Skala
<b>Kualitas Produk</b> (Diadaptasi dari Kotler dan Keller, 2016)	Bentuk	Kopi kenangan menawarkan beberapa ukuran produk yang berbeda.	Interval
	Kualitas Kinerja	Kopi Kenangan memberikan porsi minuman yang tepat.	Interval
		Kopi Kenangan memiliki cita rasa minuman yang nikmat.	Interval
	Fitur	Menu minuman yang ditawarkan Kopi Kenangan bervariasi.	Interval
	Kesesuaian Kualitas	Produk yang ditawarkan Kopi Kenangan sesuai dengan harapan pelanggan.	Interval
	Ketahanan	Rasa minuman yang ditawarkan Kopi Kenangan tidak berubah setelah dibiarkan beberapa jam.	Interval
	Keandalan	Minuman yang disajikan Kopi Kenangan sesuai dengan menu yang tertera.	Interval
	Kemudahan Perbaikan	Kopi Kenangan akan mengganti minuman yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan.	Interval

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 3.2 (lanjutan)**

**Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk**

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Gaya	Tampilan kemasan Kopi Kenangan sangat menarik.	Interval
	Desain	Kemasan minuman Kopi Kenangan mudah untuk digenggam.	Interval

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.3**

**Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Faktor	Butir Pertanyaan	Skala
Kepuasan Pelanggan (Diadaptasi dari Zeithaml, Bitner, dan Gremier, 2018)	<i>Product and Service Features</i>	Saya merasa puas karena Kopi Kenangan menawarkan banyak varian rasa minuman.	Interval
	<i>Customer Emotions</i>	Saya merasa senang karena pelayanan yang diberikan Kopi Kenangan memuaskan.	Interval
	<i>Attributions for Service Success or Failure</i>	Saya merasa puas karena pembelian minuman Kopi Kenangan yang mudah.	Interval
		Saya merasa puas karena pembayaran minuman Kopi Kenangan yang mudah.	Interval



Tabel 3.3 (lanjutan)

**Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan**

©

<i>Perceptions of Equity or Fairness</i>	Saya merasa puas karena saya mendapatkan pelayanan yang sama dengan pelanggan Kopi Kenangan lainnya.	Interval
<i>Other Customers, Family Members, and Coworkers</i>	Saya merasa puas saat mengonsumsi minuman Kopi Kenangan karena sesuai dengan informasi yang saya dengar dari orang lain.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**D. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016:247), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dimana setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Hair (2010:176), jika ukuran sampel terlalu besar, tata cara menjadi terlalu sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan standar *goodness-of fit* yang baik. Maka dari itu, disarankan agar ukuran sampel minimum adalah 5 sampai 10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 100 orang, yakni dengan jumlah indikator sebanyak 20 buah dikali 5. Menurut Sekaran dan Bougie (2016:72), *purposive sampling* adalah *sampling* dengan beberapa kriteria responden yang dapat

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memberikan suatu informasi. Responden dipilih karena hanya dia yang dapat memberikan informasi spesifik yang dicari oleh peneliti. Dalam hal ini, responden yang dipilih oleh peneliti adalah orang-orang yang sudah pernah membeli dan mengkonsumsi minuman Kopi Kenangan di Jakarta.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran dan Bougie (2016:38), data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya atau peneliti menjadi tangan pertama yang mendapat data tersebut untuk tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari responden dengan cara memberikan kuesioner melalui *google form*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016:37), data sekunder adalah data yang telah di kumpulkan oleh orang lain dengan tujuan untuk penelitian. Data sekunder yang digunakan berasal dari jurnal, buku, dan *website* yang berhubungan dengan penelitian.

### 2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, dimana responden hanya dapat memilih jawaban yang tertera pada setiap pertanyaan. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian, peneliti menetapkan skor untuk setiap tingkat jawaban sebagai berikut:

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





**Tabel 3.4**

**Skala Likert**

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Wikipedia

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.

**F. Teknik Analisis Data**

**1. Uji Validitas**

Menurut Imam Ghazali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas penelitian ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan dari *Pearson Product Moment* dengan *r* tabel sebesar 5% yaitu 0,361. Rumus *Korelasi Pearson Product Moment* adalah 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 yang dicari

*x* = skor pernyataan

*y* = skor total

*n* = jumlah responden



Pernyataan dikatakan valid apabila koefisien korelasi ( $r$ ) yang diperoleh  $\geq$  koefisien table  $r$  product moment atau nilai *Corrected Total-Item Correlation*  $>$  0,361. Dalam perhitungan ini  $n$  sebanyak 30 responden dan  $\alpha$  (alpha) sebesar 5%. Apabila pernyataan tidak valid, maka pernyataan tersebut dapat dihilangkan atau diperbaiki.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{ii}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma t^2$  = varian total

Apabila nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,70 maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel, sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $<$  0,70 maka dikatakan tidak reliabel.

## 3. Analisis Deskriptif

Menurut Imam Ghazali (2018:19), statistik deskriptif merupakan teknik analisis yang menggambarkan atau mendeskripsikan data penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata, standar deviasi, *sum*, *range*, kurtosis, dan

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.



kemencengan distribusi. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran fenomena terkait variabel penelitian melalui data yang telah dikumpulkan. Teknik analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

#### a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data kelompok sampel pada setiap variabel/dimensi/indikator, kemudian dibagi dengan jumlah sampel. Rumus rata-rata hitung adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{Xi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = rata-rata hitung

$Xi$  = skor untuk jawaban

$n$  = jumlah sampel

#### b. Rata-Rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan bobot untuk setiap data. Setiap bobot merupakan pasangan setiap data. Rumus rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum xifi}{\sum fi}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = rata-rata tertimbang

$xi$  = nilai data ke-i

$fi$  = bobot data ke-i



### c. Analisis Presentase (%)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis pada profil responden dalam kuesioner. Profil responden dalam kuesioner yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$Fr_1$  = Frekuensi alternative ke- $i$  setiap kategori

$\sum fi$  = Jumlah kategori yang termasuk kategori  $i$

$n$  = Total responden

### d. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk memberikan interpretasi terhadap penilaian konsumen. Cara menghitung rentang skala adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

$RS$  = rentang skala

$m$  = nilai tertinggi

$p$  = nilai terendah

$b$  = jumlah kategori

Dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1, dan jumlah kategori adalah sebanyak 5, maka rentang skalanya dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.

	STS	TS	N	S	SS
1	1,8	2,6	3,4	4,2	5

Keterangan:

- 1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Setuju
- 1,81 - 2,60 = Tidak Setuju
- 2,61 - 3,40 = Netral
- 3,41 - 4,20 = Setuju
- 4,21 - 5,00 = Sangat Setuju

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2016:8), analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Konsumen

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kualitas Produk

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi Variabel

$e$  = Variabel Pengganggu (residual)



### a. Uji Asumsi Klasik

Pada analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik diperlukan untuk menguji kualitas data, yakni menentukan apakah data yang diperoleh layak atau tidak layak untuk digunakan. Berikut adalah uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini:

#### (1) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini, cara yang digunakan adalah analisis statistik yaitu dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : data residual berdistribusi normal.

$H_a$  : data residual berdistribusi tidak normal.

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal/mendekati normal.

#### (2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi



heteroskedastisitas. Tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara sebagai berikut:

- (a) Jika koefisien parameter  $sign < 0.05$ , maka terjadi heteroskedastisitas.
- (b) Jika koefisien parameter  $sign > 0.05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(3) Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2016:103), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (a) Jika  $VIF \leq 10$ , maka bebas multikolinieritas.
- (b) Jika  $VIF \geq 10$ , maka terdapat multikolinieritas..

**b. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)**

Uji *F* digunakan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji *F* dapat dilihat pada tabel ANOVA dalam kolom *sig*. Dalam penelitian ini dasar pengambilan keputusan uji *F* adalah dengan membandingkan nilai signifikansi *F* (*Sig – F*) dengan *F* tabel. Hipotesis adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{paling sedikit ada satu dari } \beta_i \neq 0 ; i = 1,2$$

Maka dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai *F* hitung  $> F$  tabel, maka tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.

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.



(2) Jika nilai  $F$  hitung  $< F$  tabel, maka tidak tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan.

### c. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji $t$ )

Uji  $t$  digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji  $t$  dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom *sig* (*significance*). Jika probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $t < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $t > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

(1) Pengaruh Harga ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

$H_{01} : \beta_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a1} : \beta_1 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Ketentuan dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

(a) Jika nilai  $sig - t < 0,05$ , maka tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

(b) Jika nilai  $sig - t > 0,05$ , maka tidak tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.





(2) Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ )

$H_{02} : \beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

$H_{a2} : \beta_2 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Ketentuan dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

(a) Jika nilai  $sig - t < 0.05$ , maka tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

(b) Jika nilai  $sig - t > 0.05$ , maka tidak tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

**d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Imam Ghazali (2016:95), koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

(1)  $R^2 = 0$ , artinya variabel independen ( $X$ ) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen ( $Y$ ).

(2)  $R^2 = 1$ , artinya variabel independen ( $X$ ) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen ( $Y$ ).

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.