



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang berisi obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

#### A. Objek Penelitian

Penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Dunkin Donuts di Kelapa Gading Jakarta Utara. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi Dunkin Donuts di Kelapa Gading. Objek penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi Dunkin Donuts. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dengan subjek penelitian 100 responden pada bulan April – Mei 2020.

#### 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 bisa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:



- a. Berdasarkan tingkat penelitian telat diselesaikan
- 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 mengumpulkan datanya, peneliti menggunakan studi komunikasi yaitu peneliti memberikan pertanyaan berupa kusioner kepada responden dan mengumpulkan.
- c. Berdasarkan kontrol peneliti terhadap variabel
- Karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variable maka penelitian ini menggunakan *ex post facto study* (desain laporan sesudah fakta). Peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, artinya peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peneliti hanya melaporkan apa yang sedang terjadi dan apa yang telah terjadi.
- d. Berdasarkan tujuan penelitian
- Penelitian ini termasuk dalam studi kausal. Penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Peneliti ingin menguji untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Dunkin Donuts di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara.
- e. Berdasarkan dimensi waktu
- Penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional*, yang mengumpulkan data dilakukan hanya satu kali yaitu pada saat penyebaran kusioner kepada pelanggan Dunkin Donuts di Kelapa Gading Jakarta Utara yang pernah mengkonsumsi Dunkin Donuts.

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



f. Berdasarkan cakupan topik

Penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan studi statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

g. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan, karena data yang didapatkan secara langsung dari pelanggan Dunkin Donuts di Kelapa Gading Jakarta Utara yang pernah mengonsumsi Dunkin Donuts dengan menyebarkan kuesioner.

h. Berdasarkan persepsi partisipan

Persepsi partisipan sangat berpengaruh terhadap penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha agar partisipan atau responden tidak merasakan adanya penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya supaya bisa mendapatkan hasil persepsi yang nyata.

### C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan. Variabel dependen (variabel terikat) adalah Kepuasan Pelanggan Dunkin' Donuts, sedangkan variabel independen (variabel bebas) adalah Kualitas Produk dan Harga. Dimensi dan indikator variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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.

1. Variabel kualitas produk dengan dimensi – dimensi yang terdiri dari:

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk**

No.	Dimensi	Indikator	Skala
1	Bentuk ( <i>Form</i> )	Dalam membuat bentuk donat, Dunkin selalu memberikan bentuk donat yang menarik.	Interval
2	Fitur ( <i>Features</i> )	Dunkin Donuts selalu memberikan rasa yang bervariasi.	Interval
3	Kualitas Kinerja ( <i>Performance Quality</i> )	Dunkin Donuts memberikan porsi donat yang pas dan memiliki cita rasa yang berbeda.	Interval
4	Kualitas Kesesuaian ( <i>Conformance Quality</i> )	Dunkin Donuts memberikan rasa yang ditawarkan sesuai dengan yang tertulis dalam menu.	Interval
5	Ketahanan ( <i>Durability</i> )	Bahan dan kemasan yang digunakan Dunkin Donuts aman untuk dikonsumsi dan digunakan pelanggan.	Interval
6	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Rasa donat yang ditawarkan konsisten dari waktu ke waktu	Interval

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



7	Desain ( <i>Design</i> )	Dunkin Donuts memiliki tampilan hiasan <i>topping</i> yang unik.	Interval
---	--------------------------	--	----------

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Variabel harga dengan dimensi – dimensi yang terdiri dari:

**Tabel 3.2**

**Operasionalisasi Variabel Harga**

No.	Dimensi	Indikator	Skala
1	Keterjangkauan Harga	Dunkin Donuts memberikan harga yang terjangkau kepada pelanggannya.	Interval
2	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan Dunkin Donuts sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	Interval
3	Daya Saing Harga	Dunkin Donuts memberikan harga yang bersaing	Interval
4	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Dunkin Donuts menawarkan harga yang sesuai dengan banyaknya pilihan rasa dan <i>topping</i> .	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Variabel kepuasan pelanggan dengan dimensi – dimensi yang terdiri dari:

**Tabel 3.3**

**Operasionalisasi Kepuasan Pelanggan**

No.	Dimensi	Indikator	Skala
1	Tetap Setia	Pelanggan Dunkin Donuts merasa puas terhadap donat yang ditawarkan dan cenderung akan membeli kembali.	Interval
2	Membeli Produk Baru Perusahaan dan Memperbaharui Produk	Pelanggan Dunkin Donuts yang merasa puas akan mencoba varian rasa maupun <i>topping</i> terbaru dan memberikan saran terhadap produk supaya kedepannya menjadi memproduksi yang lebih baik.	Interval
3	Merekomendasikan Produk	Pelanggan Dunkin Donuts yang merasa puas terhadap produknya akan memberikan informasi yang baik kepada calon pelanggan.	Interval
4	Kurang Memperhatikan Merek	Pelanggan Dunkin Donuts yang merasa puas akan selalu	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pesaing dan Kurang Sensitif Terhadap Harga	mengonsumsi tanpa memperhatikan merek lain.	
--	---	--

**D Teknik Pengambilan Sampel**

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Dan metode pengambilan sampel berdasarkan *judgment sampling*. Teknik *judgment sampling* yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggotanya berdasarkan kriteria tertentu. Peneliti memilih pertimbangan responden yang sesuai terhadap kriteria yaitu :

1. Konsumen yang pernah mengonsumsi dan membeli Dunkin Donuts di Kelapa Gading Jakarta Utara.
2. Responden yang berusia 17 – 40 tahun.

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung oleh sumber pertama yaitu responden yang telah memenuhi kriteria. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang disebarkan kepada 100 responden dengan pertanyaan mengenai kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Peneliti menentukan penilaian kuesioner dengan skor atas jawaban yang diberikan responden. Skor yang peneliti tetapkan untuk masing – masing pertanyaan yang diperoleh menggunakan skala Likert ialah seperti tabel 3.4

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 3.4**

**Skala Likert**

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

**C 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**F. Teknik Analisis Data**

**1. Uji Validitas**

Menurut Imam Ghozali (2018:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul – betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* 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:

- Ⓒ  $r$  : korelasi
- $n$  : jumlah responden
- $X$  : skor tiap pertanyaan
- $Y$  : skor total

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan  $r$  tabel sebesar 0,361. Jika pernyataan dikatakan valid apabila nilai *Corrected Total-Item Correlation* atau *Pearson Product Moment*  $> 0,361$ . Apabila item pernyataan tidak valid maka item pernyataan yang tidak valid harus diperbaiki.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2018:47), reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran realibilitas dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja.

Alat untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil  $\alpha > 0,70$  = reliabel dan Hasil  $\alpha < 0,70$  = tidak reliabel. Rumus reliabilitas sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$



Keterangan:

$r_{11}$  : nilai reliabilitas

$k$  : jumlah butir dalam pertanyaan

$\sum Si$  : jumlah varian butir

$St$  : varian total

### 3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel.

#### a. Rata – rata Hitung (*Mean*)

Rata – rata hitung atau *mean* dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel pada setiap variabel. Kemudian *mean* dapat dibagi dengan jumlah sampel tersebut, maka *mean* bisa dihitung rata – rata dari sampel tersebut dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n xi$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = Rata-Rata Hitung

$xi$  = Nilai sampel ke-*i*

$n$  = Jumlah sampel

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.



b. Rata – rata Tertimbang

Ⓒ Rata – rata tertimbang dilakukan untuk memperhitungkan timbangan atau bobot untuk setiap datanya. Rumus dari rata – rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = Rata – rata tertimbang

$x_i$  = Nilai data ke- $i$

$f_i$  = Bobot data ke- $i$

$n$  = Jumlah data

c. Analisis Presentase

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung presentase sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

$\sum f_i$  = Jumlah responden atau kategori yang termasuk kategori  $i$

$n$  = Total responden

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.



d. Rentang skala

Ⓒ Rentang skala digambarkan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

RS = Rentang Skala penilaian

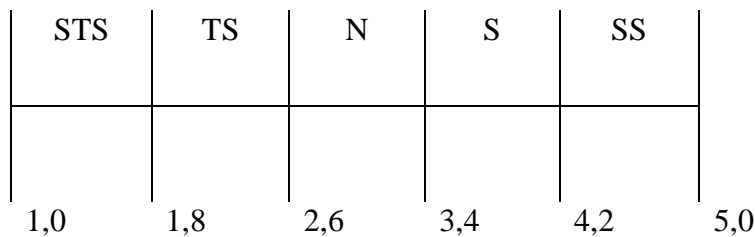
*m* = Skor nilai tertinggi

*p* = Skor nilai terendah

*b* = Jumlah kelas atau kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kategori adalah 5 maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



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.



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**4. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Menurut Imam Ghozali (2018:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non – parametik Kolmogorov – Smirnov (K – S).

Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho: data residual berdistribusi normal.

Ha: data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan signifikan ( $\alpha = 5\%$ ), maka dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- (1) Jika nilai  $sig > 0,05$ , maka data dikatakan berdistribusi normal.
- (2) Jika nilai  $sig < 0,05$ , maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

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.



## b. Uji Multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2018:103), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Yang dimaksud variabel ortogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Uji multikolonieritas ini dapat dilihat dengan menggunakan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* pada tabel *coefficient*.

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- (1) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$ , maka tidak terdapat multikolonieritas
- (2) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$ , maka terdapat multikolonieritas

## c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengalaman 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 yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glesjer.



Dasar pengambilan keputusan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai  $sig < 0.05$ , maka terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika nilai  $sig > 0.05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 5. Analisis Regresi Berganda

### a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F ini dapat dilihat bahwa digunakan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian layak atau tidak layak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik adalah sebagai berikut:

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

$$H_a: \text{tidak semua } \beta_1 = 0$$

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai Sig-F  $< 0.05$ , maka tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.
- (2) Jika nilai Sig-F  $> 0.05$ , maka tidak tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan atau tidak dapat digunakan.

Jika uji F signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Hasil uji F dapat dilihat dari tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contohnya, kita menggunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05). Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

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.



## b. Uji Signifikan Koefisiensi (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada table *coefficient* dikolom sig., dengan hipotesis sebagai berikut:

### (1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Ho1:  $\beta_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Ha1:  $\beta_1 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

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

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

### (2) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ho2:  $\beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2:  $\beta_2 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

(a) Jika sig-t  $< 0.05$ , maka tolak Ho atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan.

(b) Jika sig-t  $> 0.05$ , maka tidak tolak Ho atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan.

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





### c. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Imam Ghozali (2018:95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menertangkan variasi variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (dependen) sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel yang terikat menghasilkan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

- (1)  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas atau independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat atau dependen (Y).
- (2)  $R^2 = 1$ , artinya variabel bebas atau independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat atau dependen (Y).

#### © 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.