

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian survei. Penelitian survei merupakan suatu cara seseorang untuk meminta pendapat orang lain mengenai suatu informasi yang berhubungan dengan pendapat, tingkah laku, kepercayaan dan sikap dari suatu individu dan kelompok (Polland dalam Duli, 2019:6). Penentu keberhasilan dari penelitian survei yaitu tergantung dari seberapa dekat dan seberapa cocok jawaban responden dengan pertanyaan yang diberikan oleh peneliti dengan kenyataan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data numeric untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang sedang terjadi yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode berbasis matematika khususnya statistik (Creswell. J dalam Duli, 2019:4).

#### 3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UD. Anugrah Indah Lumajang yang beralamatkan di Jalan Duren Utara Pasar Dawuhan Lor. UD. UD. Anugrah Indah merupakan tempat penjualan aneka genteng (genteng

lokal Duren, genteng Ambulu, genteng Trenggalek dan genteng Karang Penang Madura). Objek dari penelitian ini adalah kepercayaan konsumen (X1), produk (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini bersumber dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam angket.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Data adalah salah satu faktor penunjang dalam suatu penelitian. Data dalam penelitian ini bersumber dari responden yang diperoleh dari penyebaran angket pada konsumen UD. Anugrah Indah Lumajang. Jenis data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data skunder.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dari suatu penelitian (Indrianto Perantara & Supomo dalam Tumbel, 2017:69). Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara penyebaran angket. Angket merupakan salah satu instrumental penelitian yang berisi pertanyaan-pertanyaan mendapatkan data atau informasi yang harus di jawab oleh responden secara bebas dan sesuai dengan pendapatnya (Zainal Arifin dalam Hermawan, 2019:75). Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan daftar pertanyaan dalam angket yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen, produk dan kepuasan konsumen.

### 3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam suatu penelitian di bagi dua yaitu sumber data internal dan sumber data eksternal. Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data eksternal. Data eksternal merupakan data yang diperoleh dari luar perusahaan yang akan atau sedang diteliti dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli genteng merek Karang Penang Madura pada UD Anugrah yaitu kepercayaan konsumen dan produk (Rianto Adi, 2004:56). Dalam penelitian ini sumber data eksternal yang digunakan adalah jurnal dan buku.

## 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang digeneralisasikan atau wilayah yang diperluas yang terdiri dari objek ataupun subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dianalisis kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono dalam Hariri et.al., 2021:50)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah konsumen yang pernah membeli genteng Karang Penang Madura di UD. Anugrah Indah sebanyak 50 orang..

### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang memiliki karakteristik dan jumlah. Agar pengambilan sampel representative,

maka diperlukan teknik pengambilan yang caranya dapat dipertanggung jawabkan sehingga kesimpulan yang ditarik akurat dan terpercaya. Apabila responden yang akan diteliti kurang dari 100 responden, lebih baik sampel yang diambil ada semua responden. Namun apabila jumlah responden lebih dari 100, sampel yang diambil adalah antara 10%-25% (Arikunto dalam Firdaus, 2021:18).

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang bertujuan untuk menjamin representasi terhadap suatu populasi (Kasiram dalam Kusumastuti et.al., 2020:34).

Pengambilan teknik sampling haruslah berdasarkan dua faktor yaitu efisien dan reabilitas. Dalam pengambilan sampel, sampel yang reliabel yaitu sampel yang reliabilitasnya tinggi. Reliabilitas tinggi berarti dalam pengambilan sampel minim terjadi kesalahan. Begitu sebaliknya, semakin besar kesalahan yang terjadi saat pengambilan sampel maka reliabilitas semakin rendah.

Dari pendapat diatas disimpulkan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel dari suatu populasi yang diharapkan mampu mewakili karakteristik yang terdapat dalam populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah sampling jenuh.

**a. *Nonprobability Sampling***

*Nonprobability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono dalam Robustin, 2019:29).

**b. *Sampling Jenuh***

Sampling jenuh atau sering disebut sensus merupakan pengambilan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi. Teknik pengambilan sampel dengan cara sensus bertujuan untuk mendapatkan akurasi yang tinggi dalam suatu penelitian atau ukuran populasi yang relative lebih sedikit yang memungkinkan peneliti untuk melakukan suatu sensus (Firadus, 2021:17).

**3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

**3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel merupakan suatu nilai yang berbeda yang mana dari perbedaan nilai tersebut diambil suatu karakteristik (Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono dalam Zuraidah & Putri, 2020:96). Jadi, variabel merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti yang mana dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam suatu penelitian, variabel dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

**a. Variabel Independent**

*Variabel Independent* atau sering dikenal dengan sebutan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab atau berubahnya *variabel dependent* (Sugiyono dalam Zuraidah & Putri, 2020:97). Dalam penelitian ini variabel independent nya adalah kepercayaan konsumen (X1) dan produk (X2).

**b. Variabel Dependent**

*Variabel dependent* atau sering dikenal dengan sebutan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dari adanya *variabel independent* (Lupiyoadi dalam Dewi et.al, 2017:5). Dalam penelitian ini variabel dependent nya adalah kepuasan konsumen (Y).

**3.5.2 Definisi Konseptual**

**a. Kepercayaan Konsumen (X1)**

Kepercayaan dianggap sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan kepercayaannya terhadap orang lain dengan berbagai resiko yang akan diterimanya nanti (McKnight dalam Adabi, 2020:35).

**b. Produk (X2)**

Produk merupakan sesuatu yang diperjual belikan kepada orang lain baik berupa barang atau jasa demi mendapatkan keuntungan

dari hasil kreativitas seseorang, tim pemasaran ataupun perusahaan (Wijayanti dalam Bakti, 2020:104).

**c. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau perasaan kecewa yang timbul pada diri seseorang akibat membandingkan hasil kinerja dengan ekspektasi yang mereka inginkan (Kotler dalam Kasinem, 2020:330).

### 3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pemisahan variabel-variabel yang terkandung dalam suatu permasalahan menjadi bagian yang lebih kecil yang bertujuan untuk memudahkan proses klasifikasi (Kakambong et.al., 2020:363).

**a. Kepercayaan Konsumen (X1)**

Kepercayaan konsumen merupakan suatu kesediaan konsumen untuk menggantungkan kepercayaannya terhadap pihak lain dengan segala macam resiko yang akan diterimanya nanti sebagai konsekuensi. Pengukuran terhadap variabel kepercayaan konsumen yang sesuai dengan penelitian ini mengacu pada indikator yang didasari oleh pendapat Robin & Judge yaitu integritas (*integrity*), kompetensi (*competence*) dan konsisten (*conclitency*).

**b. Produk (X2)**

Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh seseorang atau perusahaan yang dapat diperjualbelikan untuk

mendapatkan sebuah keuntungan. Pengukuran variabel produk yang sesuai dengan penelitian ini mengacu pada indikator yang didasari oleh pendapat Tjiptono yaitu daya tahan (*durability*), fitur (*fitures*) dan kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*).

**c. Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan kinerja produk yang diinginkan dengan kinerja produk yang dihasilkan. Pengukuran variabel kepuasan konsumen yang sesuai dengan penelitian ini mengacu pada indikator yang didasari oleh pendapat Hawkins & Lonney yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

### **3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

Instrumen penelitian merupakan sesuatu alat penting dan strategis dalam suatu penelitian untuk mengukur data dari suatu variabel yang akan diteliti (Yusup, 2018:1). Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh seorang peneliti dalam melakukan suatu pengukuran. Alat bantu berguna untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Dalam instrument penelitian akan terdapat beberapa pertanyaan/ pernyataan yang jumlahnya tergantung dengan variabel yang diteliti (Sugiyono dalam Zuraidah & Putri, 2020:100). Dalam penelitian ini, instrument penelitian yang digunakan adalah penyebaran angket kepada responden.

Angket merupakan salah satu instrument penelitian yang berisi pertanyaan atau pernyataan untuk mendapatkan data atau informasi yang harus di jawab oleh responden secara bebas dan sesuai dengan pendapatnya (Zainal Arifin dalam Hermawan, 2019:75). Pada penelitian ini, peneliti memberikan daftar pertanyaan/ pernyataan dalam angket yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen, produk dan kepuasan konsumen.

Angket dibedakan menjadi dua jenis yaitu angket terbuka dan angket tertutup. Angket terbuka yaitu angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan inti yang bisa di jawab responden secara bebas sesuai keinginannya. Sedangkan angket tertutup yaitu angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang disajikan secara terstruktur dan telah memiliki alternatif jawaban yang tinggal dipilih (Sudaryono dalam Mustafa, 2020:67).

Pada penelitian ini, jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup dan penyebaran angket dilakukan oleh peneliti sebagai bahan dari penelitian yang di dibagikan kepada konsumen UD. Anugrah Indah Lumajang. Penyebaran angket kepada responden berfungsi untuk mendapatkan data akurat tentang pengaruh dari kepercayaan konsumen dan produk terhadap kepuasan konsumen dalam membeli genteng merek Karang Penang Madura pada UD. Anugrah Indah Lumajang.

Pengaruh data kepercayaan konsumen dan produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Anugrah Indah Lumajang dilakukan dengan menggunakan skala ordinal.

Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang tata letak antar objek atau kategori tidak sama, sehingga mengakibatkan adanya perbandingan antar objek atau kategori yang satu dengan yang lainnya. Skala ordinal memiliki tingkatan yang lebih tinggi dibandingkan skala nominal karena objek dari skala ordinal disusun secara kategori yang menunjukkan peringkat. Skala ordinal bisa juga disebut dengan skala peringkat (Wahyuningrum, 2020:76).

Pada penelitian ini, skala ordinal yang dipakai adalah skala untuk mengukur responden (kuesioner). Salah satu skala yang sering digunakan dalam penelitian sosial dan pendidikan adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan dalam suatu penelitian untuk mengukur pendapat, sikap ataupun persepsi perorangan atau kelompok orang terhadap suatu kejadian, yang mana variabel akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang selanjutnya indikator tersebut akan digunakan sebagai tolok ukur dalam penyusunan pertanyaan dalam angket (Sugiyono dalam Indika & Adia, 2021:69).

Statement dalam skala likert terdiri dari 5 skala yang menunjukkan jawaban setuju atau tidak setuju (Haryadi & Winda dalam Bakti, 2020:107).

- |                        |       |               |
|------------------------|-------|---------------|
| a. Sangat setuju       | = SS  | diberi skor 5 |
| b. Setuju              | = S   | diberi skor 4 |
| c. Netral              | = N   | diberi skor 3 |
| d. Tidak setuju        | = TS  | diberi skor 2 |
| e. Sangat tidak setuju | = STS | diberi skor 1 |

Dalam instrument penelitian akan terdapat beberapa pertanyaan/ pernyataan yang jumlahnya tergantung dalam variabel yang akan diteliti.



**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Kepercayaan Konsumen (X1)	<p>a. Owner merasa mengutamakan integritas dalam proses penyampaian produk berupa genteng merek Karang Penang Madura pada konsumen.</p> <p>b. Dalam proses penyampaian produk pada konsumen, owner memiliki kompetensi yang cukup baik.</p> <p>c. Berkonsisten dalam perkataan dan perbuatan saat proses penyampaian produk pada konsumen.</p>	<p>a. Owner mengutamakan integritas dalam proses penyampaian produk berupa genteng merek Karang Penang Madura pada konsumen.</p> <p>b. Owner benar-benar memiliki kompetensi yang baik dalam proses penyampaian produk pada konsumen.</p> <p>c. Owner bersikap konsisten saat proses penyampaian produk pada konsumen.</p>	Ordinal	Robin & Judge yang dikutip oleh Anwar et.al (dalam Putra et.al., 2019:4)
2	Produk (X2)	<p>a. Daya tahan</p> <p>b. Fitur</p> <p>c. Kesesuaian dengan spesifikasi</p>	<p>a. Genteng merek Karang Penang Madura memiliki daya tahan yang baik saat digunakan sebagai</p>	Ordinal	Tjiptono (dalam Bakti et.al., 2020:104)

				komponen atap suatu bangunan.	
				b. Genteng merek Karang Penang Madura dilengkapi dengan fitur yang sesuai. Contoh: Pelur	
				c. Genteng merek Karang Penang Madura memiliki spesifikasi yang sesuai dengan keinginan konsumen atap dari suatu bangunan.	
3	Kepuasan Konsumen (Y)	a. Kesesuaian dengan harapan  b. Minat berkunjung kembali  Kesediaan untuk merekomendasi kan	a. Genteng Karang Penang yang diterima oleh konsumen sesuai dengan harapan yang diinginkan.  b. Produk yang diterima konsumen sesuai dengan harapan dan konsumen akan berkunjung kembali untuk membeli produk yang	Ordinal	Hawkins & Lonney (dalam Kasinem ,2020:30 )

---

sama dan di tempat yang sama pula.

- c. Konsumen merasa puas dengan produk yang diperoleh dan konsumen bersedia merekomendasikan produk dan toko tersebut pada konsumen lain.
- 

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi dari pihak terkait dalam rangka mencapai suatu tujuan yang diharapkan dari sebuah penelitian. Metode pengumpulan data merupakan bagian penting dalam suatu penelitian. Untuk memperoleh hasil penelitian yang dapat dipercaya maka penelitian tersebut harus memiliki data yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, peneliti peneliti harus menggunakan teknik pengumpulan data yang tepat untuk mendapatkan data yang sesuai dari lapangan. Data-data yang ditemukan dilapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai selanjutnya akan dianalisis dan disimpulkan untuk menjadi pengetahuan atau temua baru.

Metode pengumpulan data terdiri dari wawancara, angket, observasi dan studi dokumenter (Sukmadinata dalam Mustafa et.al., 2020:66). Dalam

penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner.

Angket atau bisa disebut dengan kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pemberian beberapa pertanyaan atau pernyataan oleh peneliti yang harus di jawab oleh responden yang terpilih (Sugiyono dalam Arisati et.al., 2019:108). Teknik angket dilakukan dengan cara menyebarkan angket pada responden dalam waktu yang relatif singkat (Sangaji & Sopiah dalam Mustafa et.al., 2020:66). Sedangkan teknik penyusunan angket meliputi: merumuskan tujuan yang ingin dicapai dalam suatu penelitian melalui angket, mengidentifikasi variabel yang akan digunakan untuk menentukan sasaran dalam angket, menjadikan variabel menjadi subvariabel yang lebih detail dan spesifik dan menentukan jenis data yang akan digunakan serta menentukan teknik analisisnya (Winarno dalam Mustafa, 2020:66).

Angket dibedakan menjadi dua jenis yaitu angket terbuka dan angket tertutup. Angket terbuka yaitu angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan inti yang bisa di jawab responden secara bebas sesuai keinginannya. Sedangkan angket tertutup yaitu angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang disajikan secara terstruktur dan telah memiliki alternatif jawaban yang tinggal dipilih (Sudaryono dalam Mustafa, 2020:67).

Pada penelitian ini, jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup dan penyebaran angket dilakukan oleh peneliti sebagai bahan dari penelitian yang di dibagikan kepada konsumen UD. Anugrah Indah Lumajang.

Penyebaran angket kepada responden berfungsi untuk mendapatkan data akurat tentang pengaruh dari kepercayaan konsumen dan produk terhadap kepuasan konsumen dalam membeli genteng merek Karang Penang Madura pada UD. Anugrah Indah Lumajang.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistic deskriptif dan analisis statistic inferensial. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka instrument penelitian berupa angket perlu diuji coba dulu untuk mengetahui validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh menggunakan asumsi persamaan regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, bebas multikolonieritas dan bebas heteroskedastisitas.

#### **3.8.1 Uji Instrumen Penelitian**

##### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu derajat ketepatan data antara data yang sebenarnya dengan data yang diperoleh oleh peneliti dinyatakan valid. Valid berarti data yang diperoleh peneliti dengan data yang benar terjadi adalah sama (Sugiyono, 2015:430).

Pada penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah analisis korelasi product moment dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor sebagai jumlah item (Muhyiddin & Yulianta, 2017:95).

Jika korelasi tiap factor bernilai positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut termasuk *construct* yang kuat (Sugiyono, 2012:178).

Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total dibawah 0,3 maka butir-butir pernyataan yang terdapat dalam instrument penelitian dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan (Purnomo, 2019:70). Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah menggunakan metode Cronbach Alpha dengan indeks kriteria (Nugroho, 2011:33) dibedakan dalam table sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	Interval Cronbach Alpha ( $\alpha$ )	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agar Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:330)

#### 3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis data yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan distribusi frekuensi yang bertujuan untuk mencari nilai maksimal, nilai minimal dan standar deviasi dari suatu variabel.

### 3.8.3 Analisis Statistik Inferensial

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Multikolonieritas

Pengujian normalitas adalah pengujian data yang bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi tinggi diantara variabel independen dalam regresi linier berganda (Purnomo, 2019:56).

Cara yang dapat dilakukan untuk pengujian multikolonieritas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka, data dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas. Semakin tinggi nilai VIF maka semakin rendah nilai Tolerance.
- b) Apabila nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka data dikatakan bebas dari multikolonieritas. Jika lebih dari 0,70 maka data diasumsikan terjadi kolerasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolonieritas.
- c) Apabila nilai koefisien determinasi baik nilai  $R^2$  ataupun Adjusted  $R^2$  diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen maka diasumsikan data terkena multikolonieritas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas adalah uji data yang bertujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu dengan pengamatan yang lain (Purnomo, 2019:59).

Cara yang dapat dilakukan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan scatter plot dengan cara memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan nilai SRESID (nilai residual).

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan menggunakan grafik scatter plot. Data dikatakan baik apabila tidak terdapat pola tertentu pada grafik seperti berkumpul ditengah, menyempit, melebar atau sebaliknya.

## 3) Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian data yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak (Lupiyoadi & Ridho, 2015:134). Data dikatakan berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari bentuk histogram residual yang berbentuk seperti lonceng atau tidak, selain itu dapat juga dilihat dari P-Plot dengan melihat nilai residual yang membentuk pola tertentu.

### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik persamaan yang bertujuan untuk membentuk perkiraan atau prediksi (Purnomo, 2019:27). Dalam persamaan regresi, variabel yang digunakan adalah hubungan sebab akibat. Persamaan dalam analisis regresi linier berganda dilakukan saat variabel independen lebih dari satu.

Bentuk umum persamaan umum regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut (Purnomo, 2019:30):

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

$\alpha$  = Koefisien Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi kepercayaan konsumen

$\beta_2$  = Koefisien regresi produk

X1 = Kepercayaan Konsumen

X2 = Produk

e = Error

### c. Evaluasi Regresi

Dilakukannya evaluasi regresi bertujuan untuk mengetahui seberapa baik hasil regresi penelitian yang dilakukan. Cara yang dilakukan untuk melakukan evaluasi regresi adalah dengan memberikan penilaian seberapa baik (*goodness of fit*). Model

regresi menjelaskan variabel independen melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Widarjono, 2015). Langkah selanjutnya adalah menguji kelayakan model (uji F) dengan uji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (*overall fit*), serta melakukan uji signifikansi (uji t) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (*significance test*).

Penjelasan mengenai masing-masing pengujian dengan menggunakan hasil output SPSS sebagai berikut:

- 1) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah uji analisis data yang bertujuan untuk mengukur kemampuan dalam menerangkan variabel independen terhadap variabel dependen atau bisa juga dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai  $R^2$  yang terbilang kecil menjelaskan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan cukup baik (Riyanto & Hatmawan, 2020:141). Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui nilai koefisien determinasi adalah dengan melihat nilai R Square dan dibentuk presentase total variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi (Paramita & Rizal, 2018).

- 2) Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersamaan antara variabel independen (kepercayaan konsumen dan produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) (Sunyoto, 2011:103). Uji kelayakan model (uji F) dilakukan dengan cara melihat tabel ANOVA. Ketika tingkat signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan merupakan model yang layak (Paramita & Rizal, 2018).
- 3) Uji t atau uji parsial merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kepercayaan konsumen dan produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) secara signifikan (Lupiyoadi & Ridho, 2015:168). Uji signifikansi (uji t) dapat didapat dari tabel coefficient. Ketika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Sebaliknya jika lebih dari 0,05, maka hipotesis yang diajukan ditolak (Paramita & Rizal, 2018).