

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan memperoleh hubungan asosiatif dan bersifat kausal. Penelitian ini menguji berkaitan dengan teori dan juga menilai setiap variabel penelitian dengan menggunakan cara kuantitatif atau statistic guna untuk mengetahui adanya keterkaitan yang terdapat suatu variabel tersebut. Sugiyono (2015:35) menjelaskan bahwa kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang dipergunakan untuk meneliti berhubungan dengan suatu populasi dan sampel yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang mana telah ditetapkan.

Menurut Paramita & Rizal (2018:12) penelitian ini terdapat dua variabel antara lain independen dan dependen. Dalam menganalisis variabel independen (X) antara lain citra merek dan kualitas produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen, maka penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan analisis ini akan dapat diuji hipotesis menjelaskan adanya pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) yaitu citra merek dan kualitas produk, terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen.

3.2 Objek penelitian

Objek pada penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Dasar pemilihan citra merek sebagai variabel penelitian disebabkan antara citra merek dan kualitas produk mempunyai hubungan yang mana saling berkaitan, dan nantinya akan berdampak pada kepuasan konsumen sepeda motor

honda beat mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang yang banyak menggunakan sepeda motor honda, untuk itu dari mereka memakai produk tersebut untuk kegunaan transportasi sehari-hari untuk melakukan aktifitas dikampus citra merek sebagai komponen pembentuk persepsi konsumen terhadap keputusan iya tidaknya atau penyampaian dan juga informasi kepada para konsumen untuk meyakinkan suatu konsumen, sedangkan kualitas produk digunakan untuk meyakinkan konsumen. Apabila kualitas produk yang diberikan oleh sebuah perusahaannya diterima dengan baik bisa meyakinkan seorang konsumen akan produk yang diberikan perusahaan maka konsumen akan bisa menentukan maksud atau tujuan dari perusahaan dan menumbuhkan rasa puas.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a) Data Primer

Istijanto (2010:38) menyatakan bahwa data primer adalah data utama atau data asli yang dihimpun sendiri oleh peneliti untuk mencari jawaban atas masalah penelitiannya secara khusus.

b) Data Sekunder

Istijanto (2010:33) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, bukan dari peneliti sendiri. Tugas peneliti hanya mencatat, meneruskan atau meminta data (yang berbentuk informasi) ke pihak lain yang sudah terkumpul dilapangan. yang diperoleh dari data penjualan yang berasal dari top brand.

Jenis data yang digunakan penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari konsumen pengguna sepeda motor honda beat dari kalangan mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang hasil dari jawaban responden atau kuesioner yang diajukan kepada konsumen.

3.3.2 Sumber Data

a) Data Internal

Paramita dan Rizal (2018:72) menyatakan bahwa data internal merupakan data yang bersumber dari dalam perusahaan. Data internal digunakan dalam penelitian ini didapat dari tata usaha dengan itu mengetahui jumlah mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.

b) Data Eksternal

Paramita & Rizal (2018:72) menjelaskan bahwa data eksternal merupakan data yang bersumber dari luar lembaga perusahaan atau sejenisnya. Data eksternal pada penelitian ini berasal dari penelitian-penelitian terdahulu ataupun artikel yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Sugiyono, (2015:92) menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang punya kuantitas dan juga ciri khas tertentu yang telah ditentukan oleh seorang peneliti kemudian dipelajari atau mendalami untuk menarik hasil. Selain itu, populasi adalah keseluruhan dari karakteristik yang terdapat pada sebuah objek maupun subjek pada penelitian tersebut.

Populasi yang didalam penelitian ini merupakan para pengguna sepeda motor honda beat dikampus STIE Widya Lumajang Program Studi Meanajemen dengan jumlah kelas pagi dan malam yang berjumlah 1298 Mahasiswa.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampel

Sugiyono (2015:93) menyatakan bahwa sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu pada populasinya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* *Nonprobability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak kesempatan bagi setiap anggota populasi untuk ditunjuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:95). Berikut keritieria pengambilan sampel dengan mepertimbangkan sebagai berikut:

- a. Responden yang diteliti merupakan mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang pengguna sepeda motor honda beat baik laki-laki maupun perempuan.
- b. Responden yang diteliti mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang berusia 19 tahun keatas.
- c. Responden yang diteliti merupakan mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang kelas pagi program studi manajemen tahun angkatan 2016.

Pemilihan responden yang berada dikampus STIE Widya Gama Lumajang adalah untuk memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data dikarnakan

dikampus tersebut terdapat banyaknya pengguna yang menggunakan sepeda motor honda beat.

Pemilih yang berumur 19 tahun keatas, agar bisa memiliki data yang akurat karena usia 19 tahun dikatan bisa menilai sebuah produk yang mereka gunakan atau rasakan.

Responden Mahasiswa kelas pagi prodi menejemen responden yang menggunakan sepeda motor honda beat agar untuk membatasi penelitian ini supaya tidak melebar dari target responden yang telah ditentukan.

Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah teknik *solvin*. Siregar (2015:34) adapun rumus dari teknik solvin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{1298}{1 + (1298 \cdot (0,1))^2} \\ &= \frac{1298}{1 + 12,8} \\ &= \frac{1298}{13,98} \\ &= 92 \end{aligned}$$

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Indriantoro & Supomo (2011:61) berpendapat variabel adalah suatu hal yang mana dianggap melalui berbagai macam penilaian dalam suatu bentuk angka maupun skala. Terdapat dua variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat).

a. Variabel Independen

Sugiyono (2015:64) berpendapat bahwa variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel tersebut dapat dijadikan proses untuk penyelesaian sebuah masalah pada suatu penelitian. Berikut variabel yang terdapat pada penelitian ini:

- 1) Citra Merek
- 2) Kualitas Produk

b. Variabel Dependen

Indriantoro & Supomo (2011:73) berpendapat bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen akan tetapi pada variabel dependen tersebut tidak dapat mempengaruhi. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

3.5.2 Definisi Operasional

Indriantoro (2009:69) menyatakan bahwa definisi operasional yaitu penetapan variabel sehingga menjadi variabel yang bisa diukur. Menerangkan suatu metode tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengoperasionalkan variabel,

sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk dapat melakukan penduplikatan pengukuran dengan cara yang sama.

Variabel independen (X) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan juga mempunyai keterkaitan yang positif dan negatif bagi dependen yang lain. Variabel independen dalam peneliti adalah:

a. Citra Merek

Firmansyah (2019:28) berpendapat citra merek adalah gabungan dari seluruh pendapat terhadap merek dan dibentuk dari sebuah informasi dan pengalaman masa lampau terhadap suatu merek. Citra terhadap suatu merek hubungan dengan suatu sikap yang mempunyai pendapat citra yang sangat positif terhadap suatu merek, akan lebih meyakinkan untuk melakukan pembelian.

Menurut Firmansyah(2019:72) terdapat tiga indikator citra merek sebagai berikut:

- a) Citra pembuat
- b) Citra pemakai
- c) Citra produk

Berdasarkan indikator hubungan citra merek, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Citra sebuah perusahaan motor honda beat yang baik dipemikiran konsumen.
- 2) Pemakai motor honda beat biasa digolongkan dalam suatu tingkatan tertentu.
- 3) Pemikiran yang positif bagi konsumen tentang sebuah produk honda beat.

Kualitas Produk

(Nawangsih et al., 2019:16) menyatakan bahwa Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berupaya menfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang di tawarkan oleh perusahaan asing. Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan kualitas tertinggi atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

Menurut Firmansyah (2019:16) ada enam indikator didalam kualitas produk sebagai berikut :

- 1) Kinerja
- 2) Keistimewaan tambahan.
- 3) Kendala.
- 4) Kesesuaian dan spesifikasi
- 5) Daya tahan
- 6) Estetika

Berdasarkan indikator hubungan kualitas produk, maka disusun kuesioner dengan jawaban daam skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Motor honda beat dapat memberikan sebuah kenyamanan saat digunakan saat digunakan.Motor honda beat daya tahan yang kuat tidak gampang rusak.
- 2) Motor honda beat mempunyai daya tahan yang kuat tidak gampang rusak.

- 3) Harga motor honda beat sesuai dengan teknologi dan spesifikasi yang diterapkan.
- 4) Motor honda beat teknologi dan spesifikasi sesuai kebutuhan pasar.
- 5) Motor honda beat yang mempunyai kekuatan dalam produknya.
- 6) Penilaian sebuah keindahan, sentimen rasa yang baik terhadap motor honda beat didalam persepsi konsumen.

b. Kepuasan Konsumen

Sudaryono (2016:79) Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana suatu kebutuhan atau keinginan dan suatu harapan konsumen terdapat sebuah produk dan jasa sesuai dan juga terpenuhi dengan penampilan dari suatu produk dan jasa.

Menurut Priansa (2017:210) elemen pada kepuasan konsumen terdiri dari:

- 1) Harapan
- 2) Kinerja
- 3) Perbandingan
- 4) Pengalaman
- 5) Konfirmasi dan diskonfirmasi

Berdasarkan indikator hubungan kepuasan konsumen, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Puasnya konsumen terhadap teknologi motor honda beat terhadap pemakaian sehari-hari.
- 2) Kinerja motor honda beat yang sesuai kebutuhan pengguna.

- 3) Perbandingan kualitas motor yang mencolok honda beat dengan sebuah motor merek lainnya.
- 4) Profil dan sejarah perusahaan motor honda beat menjadi salah satu tolak ukur sebagai kepercayaan konsumen.
- 5) Pengambilan dan pembatalan dikarenakan kualitas produk motor honda beat menjadi keputusan mutlak konsumen dalam menentukan.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:148) mengartikan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam atau sosial yang diteliti. Secara spesifikasi semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Dalam penelitian ini ada 3 (tiga) instrumen penelitian, merupakan:

- a. Instrumen untuk mengukur citra merek.
- b. Instrumen untuk mengukur kualitas produk.
- c. Instrumen untuk mengukur kepuasan konsumen.

Sugiyono (2012:131) skala pengukuran merupakan kesepkatan yang digunakan untuk acuan menentukan anjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan kuantitatif. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Citra Merek (X ₁)	Citra Pembuat	Citra sebuah perusahaan motor honda beat yang baik dipemikiran konsumen.	Likert	Firmansyah (2019:72)
		Citra Pemakai	Pemakai motor honda beat biasa digolongkan dalam suatu tingkatan tertentu.		
		Citra Produk	Pemikiran yang positif bagi konsumen tentang sebuah produk honda beat.		
2.	Kualitas Prduk (X ₂)	Kinerja	Motor honda beat dapat memberikan sebuah kenyamanan saat digunakan saat digunakan.	Likert	Firmansyah (2019:16)
		Keistimewaa n tambahan	Motor honda beat mempunyai daya tahan yang kuat tidak gampang rusak..		
		Kendala	Harga motor honda beat sesuai dengan teknologi dan spesifikasi yang diterapkan.		
		Kesesuaian dan spesifikasi	Motor honda beat teknolgi dan spesifikasi sesuai kebutuhan pasar..		
		Daya tahan	Motor honda beat yang mempunyai kekuatan dalam produknya.	Likert	
		Estetika	Penilaian sebuah		

		keindahan, sentimen rasa yang baik terhadap motor honda beat didalam persepsi konsumen.	
3.	Harapan	Puasnya konsumen terhadap teknologi motor honda beat tehadap pemakian sehari-hari.	Likert
	Kinerja	Kinerja motor honda beat yang sesuai kebutuhan pengguna.	
	Perbandingan	Perbandingan kualitas motor yang mencolok honda beat dengan sebuah motor merek lainnya.	
	Pengalaman	Profil dan sejarah perusahaan motor honda beat menjadi salah satu tolak ukur sebagai kepercayaan konsumen.	
	konfirmasi dan diskormasi	Pengambilan dan pembatalan dikarnakan kualitas produk motor honda beat menjadi keputusan mutlak konsumen dalam menentukan.	

Priansa
(2017:210)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Sugiyono (2015:64) menjelaskan bahwa observasi yaitu sebuah metode atau cara pengumpulan data yang memiliki ciri lebih spesifik dibanding dengan teknik

lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika dalam wawancara dan kuesioner berkaitan dengan komunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas terhadap orang tetapi juga dengan objek-objek dalam lainnya.

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung kepada responden yaitu konsumen sepeda motor honda beat dari kalangan mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang.

3.7.2 Survey

Sanusi (2011:105) mengatakan bahwa metode survey yakni metode pengumpulan suatu data dimana seorang peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dalam bentuk lisan maupun tulis. Jika pertanyaan yang diajukan berupa lisan maka disebut dengan wawancara, sedangkan pertanyaan yang diajukan berupa tulisan maka dengan kuesioner.

3.7.3 Dokumentasi

Sanusi (2011:114) menyatakan bahwa dokumentasi dilakukan untuk digunakan dalam pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Pada dasarnya, data yang didapatkan dengan metode dokumentasi masih belum diolah karena antara informasi yang satu dengan yang lainnya masih terpisah-pisah, bahkan seringkali sulit untuk dipahami maksud yang terkandung dalam data tersebut. Maka peneliti harus mengatur secara tertata data tersebut dengan sedemikian rupa dan meminta informasi lebih lanjut terhadap pengumpul data pertama.

3.7.4 Kuesioner

Sugiyono (2014:142) menjelaskan bahwa kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan serang peneliti dengan metode pertanyaan tertulis terhadap responden untuk dijawab. Untuk penyebaran kuesioner sebagai suatu bahan untuk penelitian diberikan kepada konsumen sepeda motor honda beat dikampus STIE Widya Gama Lumajang.

Sugiyono (2015:168) juga menjelaskan bahwa bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau organisasi tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi variabel. Kemudian indikator dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan sebuah instrumen yang berupa pertanyaan maupun pernyataan. Berikut bentuk skala *likert* antara lain :

- a. Setuju atau selalu atau sangat atau positif diberi skor 5
- b. Setuju atau sering atau positif diberi skor 4
- c. Ragu-ragu atau kadang-kadang atau netral diberi skor 3
- d. Tidak setuju atau hampir tidak pernah atau negative diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju atau tidak pernah/sangat negative diberi skor 1

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Sanusi (2011:67) menjelaskan bahwa instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang dipergunakan oleh seorang peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial. Sebelum dilakukan pengujian pada suatu hipotesis, perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas pada kuesioner yang dipergunakan untuk

mendapatkan data dari responden, dimana dalam opini atau persepsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus pasti dan dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian hipotesis ketahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Sugiyono (2015:430) menyatakan bahwa validitas yaitu tingkat ketepatan antara data yang terjadi pada sebuah objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan oleh seorang peneliti. Maka data valid merupakan data “yang tidak berbeda” antara data peneliti dengan data yang ada sesungguhnya.

Umar (2011:131) untuk pengujian validitas penelitian menggunakan analisis korelasi *product moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

R = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Sugiyono (2012:178) untuk analisis faktor dilakukan dengan metode mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor keseluruhan. Jika korelasi di setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah *construct* yang kuat. Pada penelitian ini apabila korelasi antara skor butir dengan skor keseluruhan kurang dari 0,3 maka butir-butir dengan di instrumen tersebut ditanyakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Umar (2011:58) reliabilitas merupakan tingkat ketepatan, akurat atau ketelitian yang ditunjukkan dalam sebuah instrumen penelitian. Pengujiannya melalui metode internal dengan menganalisis konsistensi yang ada.

Sugiyono (2012:178) dalam reliabilitas mempunyai kaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data. Untuk pandangan kuantitatif, data akan ditanyakan reliable jika dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama dan akan mendapatkan hasil yang sama, atau sekumpulan data apabila dipisah menjadi dua menunjukkan data yang sama. Karena reliabilitas berhubungan dengan tingkat konsistensi, maka jika terdapat peneliti lain menerapkan kembali dalam sebuah penelitian untuk objek yang sama dengan cara yang sama maka akan mendapatkan hasil yang sama. Data yang konsisten akan cenderung valid, meskipun belum tentu validnya. Nugroho (2011:33) menjelaskan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien pada *Alpha Cronbach* yang dapat ditentukan dari indeks reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Pengajuan Normalitas Data

Sunyoto (2014:130) uji normalitas untuk menguji data variabel dependen pada persamaan regresi yang didapatkan dari berdistribusi normal ataupun tidak normal.

Umar (2011:181) dalam model regresi yang benar hendaknya berdistribusi normal. Mendeteksi apakah dari data tersebut berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dari menggambarkan penyebaran data melalui suatu grafik. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal kemudian mengikuti arah dari garis diagonal tersebut, model regresi mencapai anggapan yang normalitas. Dalam uji normalitas dapat dilakukan tanpa berdasarkan grafik seperti juga uji *Kolmogorov-smirnov* yang menggunakan aplikasi SPSS dan memiliki kriteria menurut sebagai:

- 1) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal
- 2) Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal Gunawan (2017:3)

b. Pengajuan Multikolinieritas

Umar (2011:177) dalam uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi korelasi, maka terdapat juga suatu masalah multikolinieritas yang harus diselesaikan. Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui adanya kesalahan pada standar estimasi model dalam sebuah peneliti. Pengujian multikolinieritas menggunakan kriteria nilai variace inflation factor (VIF) dan

koefisien antara variabel bebas, kriteria dalam pengujian multikolinearitas, adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $VIF < 10$ nilai dari nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model tersebut dikatakan bebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai < 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model tersebut memiliki kesalahan dalam pengujian multikolinearitas. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi nilai *variance inflation* faktor (VIF) maka akan semakin rendah nilai *tolerance*-nya Gunawan(2017:102)

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Umar (2011:179) menjelaskan bahwa heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi linier terjadi tidak sama antar varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varians dari residual suatu pengamatan satu ke yang lain tidak berubah disebut homoskedastisitas, sedangkan varians tidak sama disebut heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018:34) adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, titik-titik yang membentuk pola teratur dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila pola yang ada tidak jelas dan penyebaran titik berada di atas atau dibawah angka 0 di sumbu Y maka dapat dikatakan tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono(2012:177) Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turun) variabel terikat (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua.

Sunyoto(2014:117)menjelaskan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besar kecilnya variabel independen terhadap variabel dependen.

atmaja(2009:117) Persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu kepuasan konsumen

X = variabel independen

X₁ = variabel citra merek

X₂ = variabel kualitas produk

a = konstanta

β = koefisien regresi variabel independen

e = eror

3.8.4 Pengajuan Hipotesis

Pengajuan hipotesis digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas (X₁ dan X₂) yaitu citra merek dan kualitas produk terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

a. Uji t (Uji Parsial)

algifari (2015:77) mempunyai tujuan untuk menguji hipotesis berkaitan dengan hubungan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai moderasi. Uji t (Uji Parsial) dalam penelitian ini menguji berhubungan dengan pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu citra merek (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) berikut tahapan dalam Uji t (Uji Parsial) adalah sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesis Nol dan hipotesis alternative. Penelitian hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

H_1 : Terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada pengguna sepeda motor honda beat dikampus STIE Widya Gama Lumajang.

Hipotesis Kedua

H_2 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna sepeda motor honda beat dikampus STIE Widya Gama Lumajang.

- 2) Menentukan tingkat signifikan (α) dan tingkat kebebasan

Tingkat signifikan yang digunakan terhadap penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,5. Sedangkan tingkat kebebasannya menggunakan formula $N-2$ dan N tersebut besaran sampel.

- 3) Kriteria Pengujian

Sumber : (Budiwati, 2012:76).

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang berarti H_a diterima dan terdapat pengaruh

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti H_a ditolak dan tidak terdapat pengaruh.

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Widarjono (2015:266) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk pengukuran keseluruhan variabel terikat (Y) yang telah dijelaskan oleh variabel bebas (X). Untuk mengetahui koefisien determinasi pada regresi linier berganda yaitu dengan menggunakan nilai *RSquare*. Dalam koefisien determinasi (R^2) nanti akan mendapatkan nilai untuk mengukur besarnya bantuan oleh beberapa variabel bebas (X) yaitu citra merek dan kualitas produk terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen yang pada dasarnya dinyatakan dalam presentase (%).

