

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Konsisten dengan tujuan penelitian dan sifat masalah yang diteliti, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme, di gunakan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan(Sugiyono, 2014)

Menurut (Sugiyono, 2014) Konsisten dengan tujuan penelitian dan sifat masalah yang diteliti, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme, di gunakan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independen berupa Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3), serta variabel dependen berupa Kepuasan Konsumen (Y). Tempat penelitian ini adalah Penjahit Favorit di Kabupaten Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari responden. Dalam hal ini informasi diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisioner/kuesioner kepada konsumen (Indrawijaya, 2012). Data primer adalah data yang berasal dari responden. Dalam hal ini informasi diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisioner/kuesioner kepada konsumen.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sumber data eksternal. Menurut Nugroho (2018) data eksternal adalah data dari luar suatu organisasi yang dapat menggambarkan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi hasil kerja suatu organisasi. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner yang di isi oleh konsumen yang melakukan pembelian jasa atau produk sebanyak dua kali atau lebih yang berada di Penjahit Favorit di Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014) Populasi adalah domain umum yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan sifat dan karakteristik tertentu yang peneliti terapkan ketika mempelajari dan menarik kesimpulan. Populasi penelitian ini

adalah konsumen yang membeli jasa atau menjahit dua kali atau lebih di penjahit Favorit Kabupaten Lumajang selama 6 bulan terakhir yaitu dari bulan Mei – Oktober 2022

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2014) Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristiknya. Jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana dan sumber daya manusia, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Ketika sampel dipelajari, kesimpulannya dapat diterapkan pada populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili tanggapan terhadap data umum.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2014). Menurut (Sugiyono, 2014) memberikan beberapa saran mengenai ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut:

- a. Ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian adalah 30 sampai 500 sampel.
- b. Jika sampel dibagi menjadi beberapa kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) jumlah anggota sampel pada setiap kategori minimal 30 orang.
- c. Jika penelitian bermaksud untuk melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misal ada 5 variabel penelitian (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 5 = 50$.

d. Dalam penelitian eksperimen sederhana dengan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, jumlah anggota sampel adalah 10-20 pada setiap kasus.

Analisis yang di gunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 4 variabel, yaitu 3 (tiga) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Seperti yang telah dijelaskan diatas, bila menggunakan analisis multivariate (analisis regresi linier berganda), jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Namun pada penelitian ini sampel untuk masing-masing variabel ditambah menjadi 15 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah $4 \times 15 = 60$ anggota sampel.

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan penelitian ini adalah *sampling insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik pengambilan sampel secara acak, yaitu siapa bertemu dengan peneliti secara kebetulan atau kebetulan dapat digunakan sebagai sampel jika pertemuan kebetulan dianggap sebagai sumber informasi yang cocok (Sugiyono, 2014). *Sampling Insidental* termasuk ke dalam metode *nonprobability sampling*.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau properti atau nilai seseorang, objek atau kegiatan yang menunjukkan variasi tertentu yang ingin dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2013)

Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel

yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, dan 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

a. Variabel Independen

Variabel ini sering di sebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering di sebut sebagai variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (terkait)” (Sugiyono, 2013).

Variabel ini diberi tanda (X), variabel ini berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen. Sejauh penelitian ini yang bersangkutan, variabel independen adalah:

- 1) Kualitas produk (X_1)
- 2) Harga (X_2)
- 3) Kualitas pelayanan (X_3)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering di sebut sebagai variabel hasil, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau merupakan akibat (Sugiyono, 2014). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah : Kepuasan konsumen (Y)

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan konsumen. Konsep Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap

Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini didasarkan pada literatur pada empat variabel.

a. Kualitas Produk (X_1)

Menurut (Sunyoto, 2016) kualitas produk dapat ditentukan oleh material teknik atau cara pembelian. (Kotler & Keller, 2012) pengaruh kualitas produk yaitu perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar.

b. Harga (X_2)

Menurut (Kotler & Keller, 2012) bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Place, Product, Place* dan *Promotion*).

c. Kualitas Pelayanan (X_3)

Menurut Lewis & Booms dalam (Tjiptono, 2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut (Priansa, 2017) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen amat puas/senang.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk dari penelitian ini Menurut (Sunyoto, 2016) kualitas produk dapat ditentukan oleh material, teknik atau cara pembelian. (Kotler & Keller, 2012) pengaruh kualitas prdoduk yaitu apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar.

Menurut (Kotler & Keller, 2012) beberapa indikator variabel independen kualitas produk adalah sebagai berikut:

- 1) Bentuk (*Form*)
- 2) Fitur (*Feature*)
- 3) Kemudahan perbaikan (*Repairability*)
- 4) Desain (*Design*)

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk tersebut, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- 1) Berbagai bentuk produk di penjahit favorit sesuai dengan yang diminta konsumen.
- 2) Karakter produk di penjahit favorit sesuai dengan fungsi dasar permintaan konsumen untuk memperindah penampilan produk.
- 3) Perbaikan produk di penjahit favorit ini sangat mudah dan cepat sesuai yang diminta konsumen.
- 4) Desain produk di penjahit favorit berbagai macam yang disesuaikan dengan permintaan konsumen.

b. Harga (X_2)

Harga dalam penelitian ini adalah bagian dari bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*) (Kotler & Keller, 2012).

Menurut (Swasta, 2010), indikator harga di jelaskan sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Harga jual kembali
- 3) Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat

Untuk menjangring pendapat responden tentang variabel kepuasan konsumen maka di buat dan di sebarakan kuisisioner yang di susun dalam skala likert sebagai berikut:

- 1) Harga produk penjahit Favorit sangat terjangkau.
- 2) Harga produk penjahit Favorit sesuai dengan kualitas produk yang saya beli.
- 3) Harga produk di penjahit favorit sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.

c. Kualitas Pelayanan (X_3)

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014)

Menurut (Ratnasari & Aksa, 2011), indikator dari kualitas pelayanan adalah:

- 1) Bukti langsung (*Tangibles*).
- 2) Kehandalan (*Reliability*).

- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*).
- 4) Jaminan (*Assurance*).
- 5) Empati (*Empathy*).

Berdasarkan indikator tentang kualitas pelayanan tersebut, maka disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- 1) Karyawan penjahit favorit berpenampilan rapi.
 - 2) Penjahit favorit menyediakan fasilitas pelengkap (kamar mandi dan tempat duduk yang tersedia).
 - 3) Karyawan penjahit favorit cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen.
 - 4) Perasaan aman ketika berada di penjahit favorit dan jaminan kenyamanan yang diberikan.
 - 5) Karyawan penjahit favorit melayani konsumen dengan sangat ramah, sopan dan profesional.
- d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang di perkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Ratnasari & Aksa, 2011), yaitu:

- 1) Kualitas produk.
- 2) Kualitas pelayanan.
- 3) Harga.
- 4) Emosi.
- 5) Biaya.

Berdasarkan indikator tentang kepuasan konsumen tersebut, maka disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- 1) Saya merasa puas dengan hasil produk di penjahit Favorit.
- 2) Saya merasa puas dengan kecepatan pelayanan yang di berikan penjahit Favorit.
- 3) Saya merasa puas dengan harga produk yang dihasilkan di penjahit Favorit.
- 4) Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapian dalam menggunakan jasa produk di penjahit Favorit.
- 5) Saya merasa puas dengan tidak ada biaya tambahan untuk memilih desain produk di penjahit favorit.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2014) Dalam penelitian ini ada 4 (empat) instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur kualitas produk.
- b. Instrumen untuk mengukur harga.

- c. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan.
- d. Instrumen untuk mengukur kepuasan konsumen.

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> a) Bentuk (<i>Form</i>) b) Fitur (<i>Feature</i>) c) Kemudahan perbaikan (<i>Repairability</i>) d) Desain (<i>Design</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> a) Bentuk produk di penjahit favorit ini bermacam-macam sesuai yang diminta konsumen. b) Karakteristik produk di penjahit favorit sesuai dengan fungsi dasar permintaan konsumen untuk memperindah penampilan produk. c) Perbaikan produk di penjahit favorit ini sangat mudah dan cepat sesuai yang diminta konsumen. d) Desain produk di penjahit favorit berbagai macam yang disesuaikan dengan permintaan konsumen. 	Interval	(Kotler & Keller, 2012)
2.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> a) Keterjangkauan harga b) Harga jual kembali c) Kesesuaian 	<ul style="list-style-type: none"> a) Harga produk penjahit favorit sangat terjangkau. b) Harga produk 	Interval	(Swasta, 2010)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		harga dengan kualitas manfaat	penjahit favorit sesuai dengan kualitas produk yang saya beli. c) Harga produk di penjahit favorit sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.		
3.	Kualitas pelayanan	a) Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) b) Keandalan (<i>Reliability</i>) c) Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) d) Jaminan (<i>Assurance</i>) e) Empati (<i>Empathy</i>)	a) Karyawan penjahit favorit berpenampilan rapi. b) Penjahit favorit menyediakan fasilitas pelengkap (kamar mandi dan tempat duduk). c) Karyawan penjahit favorit cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen. d) Perasaan aman ketika berada di penjahit favorit dan jaminan kenyamanan yang diberikan. e) Karyawan penjahit favorit melayani konsumen dengan sangat ramah, sopan dan profesional.	Interval	(Ratnasari & Aksa, 2011)
4.	Kepuasan konsumen	a) Kualitas produk. b) Kualitas pelayanan. c) Harga.	a) Saya merasa puas dengan produk di penjahit favorit. b) Saya merasa	Interval	(Ratnasari & Aksa, 2011)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		d) Emosi. e) Biaya.	puas dengan kecepatan pelayanan yang diberikan penjahit favorit. c) Saya merasa puas dengan harga produk yang dihasilkan di penjahit favorit. d) Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapian dalam menggunakan jasa produk di penjahit favorit. e) Saya merasa puas dengan tidak ada biaya tambahan untuk memilih desain produk di penjahit favorit.		

3.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa “angket adalah suatu teknik pengumpulan data dimana kepada responden diajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis”.

Skala *likert* digunakan sebagai teknik skala dalam penelitian ini untuk mengetahui jawaban responden dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta agar lebih mudah menarik kesimpulan dari jawaban konsumen yang diperoleh saat penyebaran kuesioner.

Matrik variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada penjahit favorit dikabupaten lumajang dikumpulkan dengan memberikan poin pada setiap tanggapan terhadap pernyataan kuesioner. Penilaian dalam penelitian ini adalah skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang diukur dengan skala Likert diubah menjadi indikator variabel. Nantinya, indikator-indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak penjabaran unsur-unsur instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2014)

Adapun skala *likert* menurut (Sugiyono, 2014:94), sebagai berikut:

- a) SS = Sangat setuju di beri skor 5
- b) S = Setuju di beri skor 4
- c) N = Netral di beri skor 3
- d) TS = Tidak setuju di beri skor 2
- e) STS = sangat tidak setuju di beri skor 1

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif bersifat jelas dan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang dikemukakan dalam proposal (Sugiyono, 2014)

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas survei. Selanjutnya dilakukan analisis uji pengaruh dengan menggunakan dasar asumsi regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang dikirimkan mampu mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Hasil penelitian yang valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya dari objek yang diteliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (pengukuran) yang valid. Valid artinya perangkat dapat mengukur apa yang sebenarnya diukur (Sugiyono, 2014)

persyaratan minimum suatu informasi kuantitatif dianggap terpenuhi syarat validitas jika r minimal bernilai 0,30. Jadi, untuk mengetahui apakah setiap item dalam instrument valid atau tidak, hal dapat ditentukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total (Y). Jika harga korelasi kurang dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut tidak valid (Sugiyono, 2014)

b. Uji reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2014) reliabilitas adalah tingkat konsistensi dan kestabilan data atau pengetahuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), data dikatakan reliabel ketika dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau ketika kumpulan data yang bercabang tidak menunjukkan data yang berbeda. Karena reliabilitas berkaitan dengan tingkat konsistensi, maka akan direplikasi dalam penelitian ini jika ada peneliti lain.

Menurut (Nugroho and Yohanes 2011) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *cronbach alpha* (α), indeks kriteria reliabilitas di bedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2. Indeks Kriteria Reliabilitas

No	<i>Interval Cronbach Alpha</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 & Yohanes, 2011)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independent ataupun kedua-duanya berdistribusi normal, berdistribusi hampir normal atau tidak. Model regresi yang baik harus berdistribusi normal atau berdistribusi normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dideteksi dengan dua pendekatan, yaitu grafik dan *Kolmogorov Smirnow*.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria keputusan yakni sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas $> 0,05$, yang berarti data terdistribusi normal.
2. Nilai probabilitas $< 0,05$, yang berarti bahwa data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan

bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius didalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 0,10 maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 0,10 maka model telah terjadi/gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model pengujian seperti analisis regresi linier berganda, tidak boleh menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah variasi residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual harus homoskedastisitas, yaitu satu pengamatan dicocokkan dengan yang lain untuk mendapatkan estimasi model yang lebih akurat.

Menurut (Prayitno, 2018) berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dengan melihat titik-titik pola pada grafik yang terdistribusi secara acak dan tidak membentuk pola pada grafik, disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Metode ini melihat sebaran antara hasil grafik *Scatteplots* antara *Standardized Predicted Value (ZPRED)* dengan *Studentixed Residual (SRESID)*. Apakah ada pola khusus grafik *Scatterplots* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y adalah prediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menghasilkan persamaan yang menggunakan persamaan tersebut untuk menghasilkan ramalan. Oleh karena itu, analisis regresi lebih dikenal dengan analisis prediktif. Namun

prediksi yang disajikan tidak selalu benar dengan kenyataan, sehingga dalam hal ini persamaan regresi yang dibentuk semakin tepat, semakin kecil derajat deviasi antara nilai prediksi dengan nilai sebenarnya. Rumus persamaan regresi linier berganda dapat ditulis dengan sebagai berikut:

$$KK = a + b_1 KPro + b_2 H + b_3 KPel + e$$

Keterangan :

KK : Kepuasan Konsumen

a : Koefisien Konstanta

b : Koefisien Regresi Variabel Independen

KPro : Kualitas Produk

H : Harga

KPel : Kualitas Pelayanan

E : Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis menentukan apakah variabel independen berpengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

a. Uji Parsial (Uji t)

Salah satu jenis pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji parsial (uji t). uji t digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen. Dua jenis hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) yang dianggap benar

baru kemudian dapat dibuktikan salah dengan menggunakan data sampel yang tersedia. Meskipun hipotesis alternatif (H_a) adalah kebalikan dari (H_0), di mana hipotesis nol terbukti salah, hipotesis alternatif harus benar. Penjelasan tersebut dituturkan oleh (Widarjono, 2015)

Uji parsial memiliki beberapa langkah pengujian seperti yang telah disampaikan oleh (Prayitno, 2018) yaitu sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis pertama

H_0 : tidak adanya pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit favorit di kabupaten lumajang.

H_a : adanya pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit favorit di kabupaten lumajang

b. Hipotesis kedua

H_0 : tidak adanya pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit favorit di kabupaten lumajang.

H_a : adanya pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit favorit di kabupaten lumajang.

c. Hipotesis ketiga

H_0 : tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit favorit di kabupaten lumajang.

H_a : adanya pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit favorit di kabupaten lumajang.

- 2) Saat menentukan t_{hitung} dan menentukan ukuran tingkat signifikansi α .

Tingkat signifikansi 5% digunakan dalam penelitian ini, atau dapat juga dituliskan dengan desimal 0,05. Sedangkan besarnya t_{hitung} dapat diketahui dari hasil t_{hitung} berdasarkan data tersebut.

- 3) Menentukan besarnya t_{tabel} .

T_{tabel} dicari dengan melihat tabel statistik dengan taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ dengan menggunakan uji 2 sisi yaitu kumpulan data dan k merupakan jumlah variabel independen.

- 4) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan menggunakan kriteria seperti berikut :

Bilamana $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dengan artian H_0 tolak serta terdapat pengaruh.

Bilamana $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dengan artian H_0 diterima serta tidak ada pengaruh.

- 5) Menarik kesimpulan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan kriteria signifikansi.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur garis regresi sesuai dengan data sebenarnya. Koefisien determinasi (R^2 atau R^2 *squared*) dalam hal ini

mengukur persentase variasi dependen total kepuasan konsumen yang dijelaskan oleh variabel independen kualitas produk, harga, dan kualitas layanan.

Koefisien determinasi (R^2) kisaran nol (0) sampai dengan satu (1). Dari persamaan tersebut apabila diperoleh $R^2=1$ atau mendekati 1 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan bila diperoleh $R^2=0$ atau mendekati 0 maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

