

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif. Penelitian ini menganalisis dan menguji teori nilai variabel-variabel penelitian dengan menggunakan metode statistik untuk mengetahui adanya hubungan pada variabel tersebut. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, (2012:35) merupakan metode penelitian yang bertujuan menganalisis dan mengkaji terkait populasi dan juga sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Analisis asosiatif menurut Siregar, (2017:101) merupakan bentuk penelitian dengan tujuan menguji hubungan variabel satu atau lebih. Hasil analisis tersebut nantinya dapat digeneralisasi maupun tidak, jika hipotesis diterima berarti hal ini menyatakan adanya hubungan antar variabel.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri variabel kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

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

##### **3.3.1 Jenis Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari

individu atau perseorangan seperti hasil wawancara ataupun hasil dari kuesioner yang dilakukan peneliti (Umar, 2011:42). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen Bakso H. Sabar Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dimana data internal ialah data yang diperoleh dari dalam organisasi tersebut (Paramita & Rizal, 2018:72). Data yang dipakai adalah data profil tempat usaha, data jumlah konsumen Bakso H. Sabar, data produk-produk yang dijual di tempat makan Bakso H. Sabar, serta data harga untuk penjualan produk.

## **3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah salah satu hal yang menyatu dan perlu mendapatkan perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin meringkas suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk area atau objek penelitiannya (Yusuf, 2014:145). Jumlah populasi konsumen Bakso H. Sabar Yosowilangun kabupaten Lumajang pada bulan Juni-Juli tahun 2022 sejumlah 300 konsumen.

### **3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Sugiyono (2015:93) menyatakan bahwa sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu pada populasinya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *sampling insidental*.

*Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data. Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah teknik slovin. Siregar (2015) adapun rumus dari teknik solvin adalah sebagai berikut :


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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan



$$n = \frac{300}{1 + 300 \cdot (0,1)^2}$$

$$= \frac{300}{1 + 3}$$

$$= \frac{300}{4}$$

$$= 75$$

Berdasarkan penghitungan menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel yaitu 75 sampel.

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

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel hanya ada pada penelitian kuantitatif, karena penelitian kuantitatif berpandangan bahwa, suatu gejala dapat diklasifikasikan menjadi variabel-variabel.

Kalau ada pertanyaan tentang apa yang anda teliti, maka jawabannya berkenaan dengan variabel penelitian. Jadi variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Terdapat 2 (dua) variabel menurut Paramita (2018:37-38) antara lain:

1) Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik yang berpengaruh positif maupun negatif. Variabel ini menjelaskan masalah yang akan dipecahkan. Variabel independen disebut juga dengan variabel prediktor, eksogen atau bebas. Tujuan dari adanya penelitian adalah menjelaskan variabel yang terjadi dalam variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ).

2) Variabel Dependen

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat, endogen atau kosekuen. Variabel ini menjadi variabel utama dalam penelitian. Variabel dependen merupakan tujuan dari penelitian. Sebuah penelitian terdiri dari satu atau lebih variabel dependen sesuai dengan tujuan penelitian. Topik penelitian di tekankan pada penempatan variabel dependen, sebab variabel ini merupakan fenomena yang akan dijelaskan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen ( $y$ ).

### **3.5.2 Definisi Konseptual**

#### **a. Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan dipasar, untuk memuaskan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, event, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide (Manap, 2016:255).

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan layanan pada pelanggan dan pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana layanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai keputusan (Lupiyoadi, 2014:99).

#### **c. Harga**

Harga merupakan segala bentuk biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa atau juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk dalam pikiran konsumen (Runtunuwu et al., 2014).

#### **d. Kepuasan Konsumen**

Kotler dalam Haq (2017) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya.

### 3.5.3 Definisi Operasional

#### a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan dipasar, untuk memuaskan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, event, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide (Manap, 2016:255). Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, event, orang. Indikator yang mencerminkan kualitas produk menurut Ririn (2016) yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*).
- 2) Keistimewaan produk (*feature*).
- 3) Reliabilitas (*reability*).
- 4) Kesesuaian (*conformance*).
- 5) Ketahanan (*durability*).
- 6) Kemampuan pelayanan (*service ability*).
- 7) Estetika (*estethic*).
- 8) Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*).

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk tersebut maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* yang disesuaikan dengan obyek penelitian sebagai berikut:

- 1) Bakso H. Sabar berkualitas daging terbaik sesuai dengan keinginan konsumen.
- 2) Bakso H. Sabar memiliki khas rasa yang beda dengan pesaing serta memiliki berbagai macam varian dan jenis menu bakso.
- 3) Bakso H. Sabar menggunakan bahan baku yang terbaik.

- 4) Bakso H. Sabar menyediakan menu yang bisa dipilih sesuai dengan selera konsumen.
- 5) Bakso H. Sabar mempunyai daya tahan yang lama.
- 6) Karyawan Bakso H. Sabar sangat cepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen.
- 7) Bakso H. Sabar memiliki tekstur yang bagus.
- 8) Bakso H. Sabar memiliki kualitas rasa yang tinggi.

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan layanan pada pelanggan dan pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana layanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai keputusan (Lupiyoadi, 2014:99). Menurut Priansa, (2017:73) Penilaian pelayanan didasarkan pada lima indikator penting yaitu:

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*).
- 2) Keandalan (*Reliability*).
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*).
- 4) Jaminan (*Assurance*).
- 5) Empati (*Empathy*).

Berdasarkan indikator tentang pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* yang disesuaikan dengan obyek penelitian sebagai berikut:

- 1) Karyawan Bakso H. Sabar memakai seragam yang rapi dan bersih.
- 2) Karyawan Bakso H. Sabar memberikan respon cepat.



- 3) Karyawan Bakso H. Sabar bersedia membantu keperluan dan keinginan konsumen.
- 4) Karyawan Bakso H. Sabar mampu menangani keluhan dengan baik.
- 5) Karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada konsumen Bakso H. Sabar.

**c. Harga**

Harga merupakan segala bentuk biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa atau juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk dalam pikiran konsumen (Runtunuwu et al., 2014). Adapun beberapa indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini menurut Stanton dalam Saputra (2017) yakni sebagai berikut:

- 1) Tarif
- 2) Kesesuaian diskon
- 3) Promo harga
- 4) Kesesuaian harga yang terjangkau
- 5) Kesesuaian harga sesuai kualitas
- 6) Harga murah

Berdasarkan indikator tentang harga diatas maka disusun pertanyaan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Tarif harga produk yang ditawarkan warung Bakso H. Sabar Yosowilangun selalu bersahabat.
- 2) Bakso H. Sabar memiliki diskon untuk hari-hari khusus-hari/hari besar.



- 3) Warung Bakso H. Sabar Yosowilangun terkadang memberikan bonus saat pembelian oleh konsumen.
- 4) Harga jasa yang ditawarkan warung Bakso H. Sabar Yosowilangun terjangkau sesuai dengan kemampuan konsumen.
- 5) Bakso H. Sabar Yosowilangun memiliki harga yang sesuai dengan kualitas.
- 6) Harga makanan di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun relatif lebih murah dari pesaing.

#### **d. Kepuasan Konsumen**

Kotler dalam Haq (2017) menyatakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Indikator yang mencirikan kepuasan konsumen dalam penelitian ini menurut Ratnasari dan Aska (2011:117-118) yaitu:

- 1) Kualitas produk dan jasa
- 2) Kualitas Pelayanan.
- 3) Emosional.
- 4) Harga.
- 5) Biaya dan Kemudahan.

Berdasarkan indikator tentang pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban skala likert yang disesuaikan dengan obyek penelitian sebagai berikut:

- a. Saya puas dengan makanan di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun Lumajang.

- b. Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun.
- c. Saya merasa senang setelah makan Bakso H. Sabar.
- d. Harga Bakso H. Sabar sesuai dengan kualitas.
- e. Saya membeli Bakso H. Sabar Yosowilangun karena lokasi yang mudah ditemukan.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2012:146). Dalam penelitian ini ada empat instrumen, yaitu instrumen untuk mengukur kualitas produk, instrumen untuk mengukur pelayanan, instrumen pengukuran harga dan instrumen untuk mengukur kepuasan konsumen.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013:105). Secara terperinci variabel penelitian dan instrumennya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber Data
1.	Kualitas Produk	Kinerja	Bakso H. Sabar berkualitas daging terbaik sesuai dengan keinginan konsumen	Ordinal	Ririn (2016)
		Keistimewaan Produk	Bakso H. Sabar memiliki khas rasa yang beda dengan pesaing serta memiliki	Ordinal	

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber Data
			berbagai macam varian dan jenis menu bakso		
		Realibilitas	Bakso H. Sabar menggunakan bahan baku yang terbaik	Ordinal	
		Kesesuaian	Bakso H. Sabar menyediakan menu yang bisa dipilih sesuai dengan selera konsumen	Ordinal	
		Ketahanan	Bakso H. Sabar mempunyai daya tahan yang lama	Ordinal	
		Kemampuan Pelayanan	Karyawan Bakso H. Sabar sangat cepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen	Ordinal	
		Estetika	Bakso H. Sabar memiliki tekstur yang bagus	Ordinal	
		Kualitas yang dirasakan	Bakso H. Sabar memiliki kualitas rasa yang tinggi	Ordinal	
2	Pelayanan	Bukti Fisik	Karyawan Bakso H. Sabar memakai seragam yang rapi dan bersih	Ordinal	Parasuraman dalam Priansa, (2017:73)
		Kehandalan	Karyawan Bakso H. Sabar memberikan respon cepat	Ordinal	
		Daya Tanggap	Karyawan Bakso H. Sabar bersedia membantu keperluan dan keinginan konsumen.	Ordinal	
		Jaminan	Karyawan Bakso H. Sabar mampu menangani keluhan dengan baik.	Ordinal	
		Empati	Karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada konsumen Bakso H. Sabar.	Ordinal	
3	Harga	Tarif	Tarif harga produk yang ditawarkan warung Bakso H. Sabar Yosowilangun selalu bersahabat	Ordinal	Stanton dalam Saputra (2017)
		Kesesuaian diskon	Bakso H. Sabar memiliki diskon untuk hari-hari khusus-hari/hari besar	Ordinal	

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber Data
4.	Kepuasan Konsumen	Promo Harga	Warung Bakso H. Sabar Yosowilangun terkadang memberikan bonus saat pembelian oleh konsumen	Ordinal	Ratnasari dan Aska (2011:117-118)
		Kesesuaian harga yang terjangkau	Harga jasa yang ditawarkan warung Bakso H. Sabar Yosowilangun terjangkau sesuai dengan kemampuan konsumen	Ordinal	
		Kesesuaian harga dengan kualitas	Bakso H. Sabar Yosowilangun memiliki harga yang sesuai dengan kualitas	Ordinal	
		Harga murah	Harga makanan di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun relatif lebih murah dari pesaing	Ordinal	
		Kualitas produk dan jasa	Saya puas dengan makanan di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun Lumajang.	Ordinal	
		Kualitas Pelayanan.	Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun	Ordinal	
		Emosional.	Saya merasa senang setelah makan Bakso H. Sabar.	Ordinal	
		Harga.	Harga Bakso H. Sabar sesuai dengan kualitas.	Ordinal	
		Biaya dan Kemudahan.	Saya membeli Bakso H. Sabar Yosowilangun karena lokasi yang mudah ditemukan.	Ordinal	

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Observasi

Menurut (Sugiono, 2014:145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung kepada responden yang menilai secara baik tentang kepuasan konsumen di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun Lumajang.

#### 3.7.2 Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:199). Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada orang yang berkunjung di warung Bakso H. Sabar Yosowilangun Lumajang dengan jumlah responden 80 orang. Tujuannya untuk menjangkau pendapat responden tentang kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Sunyoto (2013:132) Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Adapun bentuk skala likert menurut Sunyoto (2013:132), sebagai berikut:

- |   |     |
|---|-----|
| 1) Sangat setuju (SS) diberi sekor      | = 5 |
| 2) Setuju (ST) diberi sekor             | = 4 |
| 3) Ragu – ragu/Netral (RG) diberi sekor | = 3 |
| 4) Tidak setuju (TS) diberi sekor       | = 2 |

5) Sangat tidak setuju (STS) diberi skor = 1

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden atau konsumen dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana dalam kuesioner sudah disediakan alternatif jawaban dari setiap item pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia (Sugiyono, 2013:169).

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda dengan alat uji SPSS 25. Data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*heterokedasticity*) (Sunyoto, 2013).

#### 3.8.1 Uji Instrumen

Sanusi (2011:67) menjelaskan bahwa instrumen penelitian ialah alat yang dipergunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial.



Sebelum dilakukan pengujian pada hipotesis, perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas pada kuesioner yang dipergunakan untuk mendapatkan data dari responden, dimana dalam opini atau asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner ialah data harus pasti dan dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian hipotesis ke tahap selanjutnya.

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

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

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 Reabilitas**

Umar (2011:58) reliabilitas merupakan tingkat ketepatan, akurat atau ketelitian yang ditunjukkan dalam instrumen penelitian. Pengujiannya melalui metode internal dengan menganalisis konsistensi yang ada. Sugiyono (2012:178) dalam reliabilitas mempunyai keterkaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data. Untuk pandangan kuantitatif, data akan ditanyakan reliable jika dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama dan 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 penelitian untuk objek yang sama dengan cara yang sama maka akan mendapatkan hasil yang sama. Data yang konsisten akan cenderung valid, meskipun belum tentu valid. 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. Uji Normalitas

Sunyoto (2014:130) uji normalitas untuk menguji data variabel dependen pada persamaan regresi yang didapatkan dari berdistribusi normal maupun tidak normal. Umar (2011:181) dalam model regresi yang benar hendaknya berdistribusi normal. Mendeteksi apakah dari data 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 normalitas. Dalam uji normalitas dapat dilakukan tanpa berdasarkan grafik seperti dengan uji *Kolmogorov-smirnov*.

Dalam pengujian normalitas ini yaitu dengan melihat persebaran data melalui sebuah grafik. Apabila data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis tersebut, maka model regresi dapat mencapai asumsi normalitas. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara yang dijelaskan oleh Santoso (2012:361) adalah sebagai berikut :

- 1) Pengukur bentuk, distribusi normal mempunyai bentuk simetris pada nilai mean, median dan mengumpul disatu titik tengah.
- 2) Normalitas data dapat diukur dengan rumus *skewness*. Apabila *skewness* memiliki nilai positif sebaran yang dihasilkan miring ke kiri, apabila *skewness* memiliki negatif sebaran yang dihasilkan miring ke kanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

- 3) Cara menilai yang selanjutnya adalah dengan membandingkan nilai yang ada pada Z tabel dengan Z hitung, apabila nilai Z hitung lebih kecil dapat dikatakan asumsi normalitasnya terpenuhi.
- 4) Normalitas dinilai dengan melihat pada output SPSS yaitu *normal probability plot*, apabila nilai sebenarnya letaknya disekitar garis lurus maka normalitasnya terpenuhi.

#### **b. Uji 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 Ghazali (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.

#### c. Uji Multikolinearitas

Umar (2011:177) dalam uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi korelasi, maka terdapat suatu masalah multikolinieritas yang harus diselesaikan. Umar (2011:140) mengungkapkan berikut beberapa metode yang dapat digunakan untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu:

- 1) Korelasi yang tinggi dapat memberikan petunjuk adanya kolinieritas, sebaliknya yakni terdapat kolinieritas menyebabkan korelasi yang tinggi. Dalam keadaan rendah kolinieritas bisa saja ada.
- 2) Disarankan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Apabila  $R^2$  begitu tinggi akan tetapi masing-masing  $r^2$  yang parsial rendah akan memberikan arahan bahwa variabel independen mempunyai korelasi yang tinggi dan minimal satu

diantaranya berlebihan. Tapi bisa saja  $R^2$  tinggi dan masing-masing  $r^2$  juga tinggi maka tidak ada jaminan terjadinya multikolinieritas.

#### d. Uji 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. Persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu kepuasan konsumen

X = Variabel independen

$X_1$  = Variabel Kualitas Produk

$X_2$  = Variabel Pelayanan

$X_3$  = Variabel Harga

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi variabel independen

e = *error*

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Pengajuan hipotesis digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). 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 berhubungannya dengan pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ). Berikut tahapan dalam Uji t (Uji Parsial) adalah sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis pertama:

$H_1$ : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis kedua:

$H_2$ : Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis ketiga:

$H_3$ : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- 2) Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) 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) Membandingkan hasil dengan kriteria pengujian

Budiwati (2012:76) menjelaskan kriteria uji t parsial sebagai berikut:

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

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

#### 4) Membuat Kesimpulan.

#### b. Uji F (Simultan)

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015), uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dengan cara uji signifikan.

1) Menentukan Hipotesis. Adapun hipotesis ketiga sebagai berikut:

$H_4$ : Terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

2) Menentukan *level of signifikan* dengan  $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak

4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

#### 3.8.5 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 *R Square*. Dalam koefisien determinasi ( $R^2$ ) nanti akan

mendapatkan nilai untuk mengukur besarnya bantuan oleh beberapa variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yang pada dasarnya dinyatakan dalam presentase (%). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari seberapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) Bakso H. Sabar Yosowilangun kabupaten Lumajang.

