

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data – data yang bersifat angka mana nantinya di olah dengan metode statiska untuk interpretasi datanya. Pada dasarnya penelitian metode kuantitatif dilaksanakan pada penelitian yang menggunakan alat ukur statistika inferensi misalnya, regresi dan korelasi untuk pengujian hipotesis Raihan (2017 : 35)

Penelitian menggunakan jenis penelitian jenis kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2014 : 36) mengemukakan bahwa penelitian asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, sedangkan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

3.2 Objek Penelitian

Sugiyono (2017 : 38) mengemukakan , objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari yang kemudian di Tarik kesimpulannya.

Variabel penelitian berkaitan erat dengan objek yang akan di teliti, dan pada dasarnya objek merupakan titik suatu permasalahan yang akan di teliti. Objek dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independent dan satu variable dependen. Variabel independent yang digunakan yaitu keberagaman produk (X1),

harga (X2) , dan kepuasan konsumen (Y) sedangkan untuk variabel dependennya adalah kepuasan konsumen (Y). Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada sultan thai tea lumajang dengan cara mengajukan pertanyaan dua kali atau lebih dengan cara mengajukan pertanyaan terlebih dahulu kepada calon responden. Adapun pertimbangan peneliti memilih lokasi tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kedai sulthan thai tea ini mempunyai beragam macam varian rasa minuman yang di sukai para konsumen, berbeda dengan kedai lainnya karena kedai lain hanya menyediakan kopi dan teh. Sehingga kedai sulthan thai tea banyak diminati oleh banyak konsumen.
- b. Lokasi penelitian ini sangat mudah dijangkau dan mudah dalam memberikan kuesioner kepada konsumen karena bertempat di tengah perkotaan.
- c. Konsumen banyak yang memakai produk tersebut karena banyak diminati

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan yang sangat penting karena data sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Indrawijaya (2012). Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan, bagaimana mengidentifikasi, dan mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer merupakan data yang di peroleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama. Data primer juga disebut sebagai

data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date (kejadian terkini) Radjab & jam'an (2017 : 110). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen dari sultan thai tea lumajang.

- b.** Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, misalnya seperti biro pusat statistic (BPS), buku, laporan, jurnal dan lain – lain. radjab & jam'an (2017 : 111). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori – teori mengenai keberagaman produk, harga, promosi penjualan dan kepuasan konsumen dari buku- buku, jurnal – jurnal, artikel – artikel, dan meda internet yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu sumber data eksternal, data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini di dapat dari penyebaran kuesioner yang di isi oleh konsumen yang telah melakukan pembelian sebanyak dua kali atau lebih di sultan thai tea lumajang.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2014 : 80). Sedangkan menurut Raihan (2017 : 85) menyatakan bahwa populasi adalah (jumlah

keseluruhan) dari individu tau unit yang mempunyai karakteristik untuk di teliti (kualitas dari kriteria yang telah di tetapkan) terlebih dahulu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

populasi bukan hanya sekedar total atau jumlah yang ada pada objek maupun subjek yang dipelajari, melainkan keseluruhan pada karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah , populasi dari 100 konsumen yang telah melakukan pembelian produk pada sulthan thai tea dari perkiraan bulan maret 2024 sampai dengan pertengahan bulan juni 2024.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014 : 81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, apabila populasi terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti : keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Apa yang di pelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan di berlakukan untuk populasi. Oleh karena itu, sampel yang di ambil dari populasi harus benar – benar mewakili jawaban dari data keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di sultan thai tea lumajang sebanyak dua kali atau lebih yang berjumlah 60 orang.

3.4.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017 : 139) Teknik sampling merupakan Teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang dapat digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling

dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu : *Probability dan Nonprobability Sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan Teknik *NonProbability Sampling* dengan jenis metode *accidental sampling*. *Accidental Sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ada atau bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Prinsip pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah setiap elemen populasi yang pernah melakukan pembelian produk pada sulthan thai tea limajang Sugiyono (2017 : 144).

Menurut Sugiyono (2014 : 81) teknik sampling adalah Teknik pengambilan sampel. Strategi untuk menentukan ukuran sampel seperti yang telah ditetapkan oleh Roscoe dan diakui oleh sugiono (2015:164) dalam bukunya for business (1982:253) yaitu sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel.
- b. Apabila sampel dibagi dalam kategori (seperti :pria – wanita, pegawai negeri – swasta dan lain- lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 sampel.
- c. Untuk melakukan analisis multivariat, seperti korelasi atau regresi berganda, studi penelitian harus mematuhi persyaratan ukuran sampel minimum 10 kali jumlah total variabel yang diselidiki, yang mencakup variabel independent dan dependen.
- d. Jumlah peserta dalam setiap sampel harus berkisar dari 10 hingga 20. Dalam penelitian ini, sampel merujuk pada variabel yang digunakan dalam

penelitian, yaitu tiga variabel independent dan satu variabel dependen, seperti yang dijelaskan dalam temuan diatas. Penelitian ini menggunakan total empat variabel dan analisisnya. Oleh karena itu, ukuran sampel 10 dipilih. Karena ukuran sampel yang dipilih lebih besar dikaitkan dengan hasil keseluruhan yang lebih baik, kami meningkatkan ukuran sampel untuk penelitian ini menjadi 15 pervariabel, sehingga total diambil 60 sampel ($15 \times 4 = 60$ sampel).

3.5. Variabel Penelitian , definisi konseptual , dan definisi operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014 : 38) variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini ada tiga variabel independent dan satu variabel dependen

a. Variabel Independen

Variabel independen sering di sebut dengan variabel stimulus, predictor, antecedent, dalam Bahasa Indonesia sering di sebut sebagai variabel bebas, variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang manjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2014 :39).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadu variabel independent yaitu:

- 1) Keberagaman produk (X1)
- 2) Harga (X2)

3) Promosi penjualan (X3)

b. Variabel Dependen

Sugiyono (2014 :39) menyebutkan bahwa variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen (Y)

3.5.2. Definisi Koenstual

a. Keberagaman produk (X1)

Menurut Meithiana (2019 : 29) menyatakan bahwa keragaman produk merupakan berbagai macam produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli dalam satu tempat.

b. Harga (X2)

Menurut Tjiptono, *et.al* (2008:465) secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sejumlah uang yang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung unutilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

c. Promosi Penjualan (X3)

Menurut Bayu dan Irawan (2014), Promosi penjualan adalah “kegiatan promosi yang didalamnya mencakup berbagai macam kegiatan-kegiatan promosi penjualan yakni peragaan, pertunjukkan, pameran, demonstrasi dan lain-lain”.

d. Kepuasan konsumen (Y)

menurut Philip Khotler (2012:139) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di peroleh produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Sugiyono (2015 : 38) adalah suatu atribut, nilai ataupun sifat dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Variabel independent merupakan variabel yang bias mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan memiliki hubungan yang positif maupun negative bagi variabel dependen nantinya, yang menjadi variabel independent dalam penelitian ini antara lain :

a. Keberagaman produk (X1)

Menurut Kotler dan Keller (2015 : 15) dalam (Ardiansyah & Aprianti, 2020) indikator keberagaman produk dibagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Ukuran produk yang beragam, meliputi penambahan ukuran volume atau isi, ukuran berbeda setiap jenis kemasan, ukuran sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Jenis produk yang beragam, meliputi inovasi produk, berbagai macam variasi variasi rasa.
3. Desain produk yang beragam, meliputi faktor penampilan, dan kinerja produk.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang keberagaman produk maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban yang di sesuaikan dengan kondisi objek yang di teliti sebagai berikut:

1. Kedai sultan thai tea lumajang mempunyai beberapa ukuran produk yang dibutuhkan konsumen.
2. Kedai sultan thai tea lumajang memiliki produk berbagai macam varian rasa yang di inginkan para konsumen.
3. Kedai sultan thai tea memiliki desain atau penampilan kemasan disukai konsumen.

b. Harga (X2)

Widodo (2016 :30) menyebutkan beberapa indikator harga antara lain yaitu :

1 Keterjangkauan Harga.

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuandaya beli consume. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah di tetapkan oleh perusahaan.

2 Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk.

Penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang di sesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

3 Daya Saing Harga.

Penawaran harga yang di lakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.

4 Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat di peroleh konsumen dari produk yang di konsumsi.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang keberagaman produk maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban yang di sesuaikan dengan kondisi objek yang di teliti sebagai berikut:

1. Tarif harga produk sulthan thai tea lumajang yang ditawarkan selalu bersahabat
 2. Harga yang di tawarkan pada produk sultan thai tea lumajang terjangkau sesuai dengan kemampuan konsumen.
 3. Harga produk yang ditawarkan sultan thai tea lumajang lebih murah dari prosuk pesaing.
 4. Produk sultan thai tea lumajang memiliki harga yang sesuai dengan rasa yang di inginkan pelanggan.
- c. Promosi penjualan (X3)

Menurut Aprianto (2016) indikator – indikator promosi sebagai berikut :

- 1 Periklanan adalah bentuk presentasi non personal dan promosi barang, jasa dan gagasan yang dibayarkan oleh sponsor tertentu.
- 2 Penjualan perorangan adalah presentasi perorangan oleh wiraniaga (orang bagian sales dan marketing) perusahaam untuk penjualan dan hubungan dengan pelanggan.
- 3 Hubungan masyarakat adalah membangun hubungan baik dengan khalayak untuk mendapatkan publikasi untuk membuat citra perusahaan yang baik.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang keberagaman produk maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban yang di sesuaikan dengan kondisi objek yang di teliti sebagai berikut:

1. Informasi iklan pada produk sultan thai tea lumajang sesuai dengan kenyataan yang ada.
 2. Saya membeli produk sulthan thai tea lumajang karena mendapat penawaran langsung dari penjual.
 3. Saya mengenal dengan baik produk sultan thai tea lumajang melalui publikasinya di media sosial.
- d. Kepuasan konsumen (Y)

Menurut tjiptono.F. (2015), indikator yang dapat mengukur kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- 1 Kesesuaian harapan,yaitu berkaitan dengan kemampuan barang atau jasa yang dirasakan pelanggan dalam memenuhi ekspetasi.
- 2 Minat membeli kembali, kesediaan konsumen melakukan bertransaksi atau melakukan pembelian kembali atas barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- 3 Kesediaan merekomendasikan, pelanggan bersedia memberikan rekomendasi atas barang dan jasa yang digunakan kepada anggota keluarga,relasi dan orang terdekatnya.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang keberagaman produk maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban yang di sesuaikan dengan kondisi objek yang di teliti sebagai berikut:

1. Produk yang dijual sultan thai tea lumajang sesuai dengan harapan atau ekspektasi para konsumen.
2. Konsumen bersedia membeli kembali produk sultan thai tea lumajang.
3. Setelah konsumen membeli produk sultan thai tea lumajang, konsumen bersedia merekomendasikan produk kepada orang-orang terdekatnya, teman maupun keluarga.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati, secara spesifik fenomena ini di sebut variabel penelitian Sugiyono, (2014 : 102)

Berikut ini merupakan instrument penelitian yang disajikan dalam table 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Keberagaman produk (X1)	Ukuran produk yang berbeda	Kedai sultan thai tea lumajang mempunyai beberapa ukuran produk yang dibutuhkan konsumen.	Ordinal	Kotler dan Keller (2015:15)
	Jenis produk yang beragam	Kedai sultan thai tea lumajang memiliki produk berbagai macam varian rasa yang di inginkan para konsumen.		
	Desain produk yang beragam	Kedai sultan thai tea memiliki desain atau penampilan kemasan disukai konsumen		
Keterjangkauan Harga	Keterjangkauan Harga	Tarif harga produk sultan thai tea lumajang yang ditawarkan selalu bersahabat	Ordinal	
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan pada produk sultan thai tea		

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Harga (X2)		terjangkau sesuai dengan kemampuan konsumen		Stanton (dalam Widodo, 2016 :30)
	Daya saing harga	Harga produk pada sultan thai tea relatif lebih murah dari produk pesaing		
	Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat	Produk pada sultan thai tea memiliki harga yang sesuai dengan rasa yang diinginkan pelanggan		
Promosi penjualan (X3)	periklanan	Informasi iklan pada produk sultan thai tea lumajang sesuai dengan kenyataan yang ada		Ordinal Aprianto, (2016)
	Penjualan perseorangan	Saya membeli produk sultan thia tea lumajang karena mendapat penawaran langsung dari penjual.		
	Hubungan masyarakat	Saya mengenal dengan baik produk sultan thai tea lumajang melalui publiksainya di media sosial		
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian harapan	Produk pada sultan thai tea lumajang sesuai dengan harapan atau ekspetasi para konsumen		Ordinal (Tjiptono. f, 2015)
	Minat membeli kembali	Konsumen bersedia membeli kembali produk sultan thai tea lumajang		
	Kesediaan merekomendasikan	Setelah konsumen membeli produk sultan thai tea lumajang, konsumen bersedia merekome nasikan produk kepada orang – orang terdekatnya, teman maupun keluarga		

Sumber : Data Diolah Peneliti 2024

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Menurut Wibisono *et al.*, (2022) observasi yang merupakan Teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, tanda adanya komunikasi dengan yang bersangkutan.

Observasi adalah suatu proses yang kompleks tersusun dari berbagai proses dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses – proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenan dengan perilaku manusia , proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang di amati tidak terlalu besar. sugiono (2014 : 145)

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung ke tempat penelitian yaitu Sultan Thai Thea Lumajang.

3.7.2 Interview (wawancara)

Menurut sugiono (2014 : 93) mengemukakan bahwa wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk melakukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari rspondennya sedikit atau kecil.

3.7.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan data yang di lakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini di lakukan dengan memanfaatkan dokumen – dokumen tertulis, gambar, foto, atau benda-benda lainnya yang berkaiatn dengan aspek – aspek yang akan digunakan penelitian Widodo (2017:75)

3.7.4 Kuesioner

Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah di isi dengan lengkap pengembalian kepada peneliti Sugiono (2014:142).

Pengukuran data untuk variabel modal usaha, orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran dilakukan dengan memberi skor pada tiap – tiap

jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam peneliti ini berdasarkan *skala likert*, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan Sugiono (2014 :93).

Adapun bentuk *skala likert* menurut sugiyono (2014 : 94), yaitu:

Tabel 3.2 skala likert

Skala pengukuran	Skor
Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif (SS/SI)	5
Setuju/Sering/Positif (ST/SR)	4
Ragu-Ragu/Kadang-Kadang/Netral (RG/KS)	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif (TS/TP)	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2014 : 94)

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang di isi oleh responden atau pelanggan, diciptakan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, dimana dalam kuesioner sudah di sediakan alternatif jawaban dari setiap pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian, responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan apa yang di alami.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, Teknik analisis data yang di gunakan sudah jelas, yaitu di arahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotests yang telah di rumuskan dalam proposal Sugiyono (2014 : 243).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validasi dan realibilitas/ kemudian dilakukan analisis dan uji pengaruh menggunakan asumsi dasar regresi linear berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (Multiconolinearty) dan heterokedasitas (Heterokedecity).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrument untuk mengumpulkan data yang nantinya instrument penelitian di gunakan untuk mengukur nilai variabel yang di teliti Sugiyono (2014:92)

Sebelum dilakukannya pengujian terhadap hipotesis, maka perlu adanya dilakukan pengujian validitas dan realibilitas terhadap kuesioner yang di gunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar yang harus di penuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan *realible* untuk bias dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu kuesioner yang sudah di ajukan dapat menggali data atau informasi yang di butuhkan. Hasil penelitian yang valid terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang di teliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang di gunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya di ukur. Sugiyono (2014 : 121).

Syarat minimum suatu data kuantitatif akan di anggap memenuhi syarat validitas jika r minimal bernilai 0,30. Jadi untuk mengetahui setiap butir dalam

instrument valid atau tidak dapat di ketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total Y. bila harga korelasi di bawah 0,30, maka dapat di simpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid Sugiyono (2014 : 126)

b. Uji Realibilitas

Realibilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan.dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama atau sekelompok data bila di pecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Apabila peneliti satu menemukan dalam obyek berwarna merah, maka peneliti yang lain juga demikian, karena reliabilitas berkenaan dengan konsistensi, maka bila ada peneliti lain yang mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama Sugiyono (2014:268)

Uji realibilitas bisa di lakukan dengan melihat koefisien *alpha Cronbach* (Nugroho, 2011:33). Indeks kriteria dapat di bedakan dalam table 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Realibilitas

No	Interval alpha Cronbach	Tingkat Realibilitas
1	0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Mendekati 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 Pengujian Asumsi Klasik

Penelitian yang akan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan

korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Jika asumsi-asumsi yang dimaksudkan tidak terpenuhi, maka hasil analisis kemungkinan berbeda dari kenyataan (biasa). Model regresi linear berganda dapat di sebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased estimator*). Kriteria BLUE dapat di capai bila memenuhi syarat asums.

Pengujian asumsi yang harus dilakukan dalam model regresi linear berganda, yaitu:

- 1 Uji Normalitas Data
- 2 Uji Multikolinieritas
- 3 Uji Heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas Data

Menurut Hamdani *et al.*, (2020) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Sedangkan menurut Umar, (2011 : 181) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independent maupun keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik harusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendekati apakah data berdistribusi normal atau tidaknya dapat di ketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

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. Umar (2011 :177).

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang di hasilkan 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 di dteteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas, sedangkan semakin menjauh 1. Maka model telah terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berbeda dengan heteroskedastisitas, yang mengacu pada terjadinya banyak varian, homokedastisitas menggambarkan persistensi antara residual dari dua pengamatan. Heteroskedastisitas adalah tanda model regresi yang kurang baik, Priyanto (2018 : 136), misalnya dengan melihat pola titik regresi scatter plots, hal ini dapat ditemukan, berdasarkan distribusi titik- titik pada *scatter plots* regresi, data homokedastisitas di definisikan memiliki distribusi titik yang acak, metode ini memerlukan melihat grafik scatterplot antara nilai standar yang di antisipasi (ZPRED) dan residu yang di periksa (SRESID) tida ada pola yang terlihat pada grafik scateer plots antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y mewakili Y yang

di proyeksikan dan sumbu X menunjukkan perbedaan (prediksi Y-Y sesungguhnya).

3.8.3 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*) merupakan model regresi linear dengan 1 variabel dependen kontinu beserta dua atau lebih, variabel independent kontinu/dan atau kategorik Harlan (2018 :13). Menurut Saputra & Ardani (2020) model analisis regresi linear berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang di buat akan di terima atau di tolak. Analisis linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti memiliki maksud meramalkan bagaimana keadaan (naik/ turunnya) variabel depennden (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai fakktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Rumus dari regresi linear berganda yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 H + \beta_3 PP + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β_1, β_2 serta β_3 = Koefisiensi regresi variabel independent

KP = Keberagaman Produk

H = Harga

PP = Promosi Penjualan

E = Error

Dengan, memakai alat analisis regresi linear berganda, bisa mengetahui secara Bersama maupun sendiri, masing – masing yang mempengaruhi variabel independen yakni *Keberagaman produk, harga , dan promosi penjualan*, terhadap variabel dependen yaitu *kepuasan konsumen*.

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis linear berganda, selanjutnya dilakukan pengujian yang di gunakan untuk memahami variabel independent (keberagaman produk, harga , dan promosi penjualan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) secara parsial. Sehingga dapat diketahui manakah di antara variabel independent yang dominan terhadap variabel dependen.

a. Uji parsial (t)

Menurut Sugiyono (2014 : 250) bahwa uji t (t-test) dilakukan pengujian terhadap koefisiensi regresi secara parsial, pengujian ini digunakan untuk mengetahui peran secara parial antara variabel independent yang terdiri dari keberagaman produk, harga, dan promosi penjualan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dengan mengasumsikan variabel independent antara lain, di anggap konstan.

Adapun langkah – langkah dalam melakukan pengujian secara parsial (uji t) yaitu :

1) Melakukan hipotesis

a) Hipotesis pertama

H_1 :terdapat pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen pada sultan thai tea lumajang .

b) Hipotesis kedua

H_2 : terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada sultan thai tea lumajang.

c) Hipotesis ketiga

H_3 : terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada sultan thai tea lumajang.

2) Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5%. Bila nilai signifikan $< 0,05$, maka H_a diterima, artinya variabel independent mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya variabel independent tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Menghitung DF (*degree off freedom*) atau DK (derajat kebebasan) dengan rumus $DF = n-2$

4) Kriteria pengujian

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $t_{hitung} < -t_{tabel}$. Maka H_0 ditolak dan H_a di terima.

b) Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a di tolak

5) Menentukan kriteria pengujian :

Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > a$ maka H_0 diterima atau H_a di tolak.

Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig < a$, maka Maka H_0 ditolak dan H_a di terima.

6) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

b. Koefisiensi determinan (R^2)

Koefisiensi (R^2) digunakan untuk memnentukan seberapa besar variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh variabel independent. Untuk mengetahui

tingkat ketepatan yang paling baik dalam Analisa regresi ini di tunjukkan dari besarnya koefisiensi determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisiensi determinasi nol berarti variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila koefisiensi determinasi mendekati angka satu, maka dapat dikatakan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, untuk melihat koefisiensi determinasi pada regresi linier berganda ialah menggunakan nilai R square sanusi (2011 : 136)

Dengan koefisiensi (R^2) dapat di peroleh suatu nilai untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisiensi determinasi dari penelitian ini akan di gunakan dalam mengetahui pengaruh keberagaman produk, harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen sultan thai tea lumajang.

