

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Metode dalam penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu macam dari penelitian murni dimana dapat dijelaskan melalui angka-angka yang sudah pasti dalam penelitian. Penelitian kuantitatif biasanya lebih menekankan terhadap pengujian teori dengan menghitung variabel penelitian melalui angka dan melakukan suatu tindakan analisis data yang sesuai dengan prosedur statistik. Hardani et al,(2022:248)Menyatakan bahwa metode kuantitatif merupakan metode dalam penelitian dipakai untuk meneliti populasi tertentu, penelitian yang digunakan melalui instrumen penelitian yang ditentukan, kemudian bertujuan dalam menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Strategi yang dipakai terhadap penelitian ialah asosiatif kausal, yang merupakan masalah peneliti yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. (Hardani et al,(2022:258).Hubungan yang bersifat sebab dan akibat dalam sebuah penelitian disebut dengan hubungan kausal. Dalam variabel ini diperoleh variabel yang independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Asosiatif kausal yang digunakan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat dari pengaruh kualitas produk, harga dan *citra merek* terhadap kepuasan konsumen.

## 3.2 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian diantaranya variabel mempengaruhi adalah kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3) pada variabel dipengaruhi Kepuasan Konsumen (Y).

## 3.3 Jenis dan Sumber Data

### 3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Berdasarkan penjelasan menurut (Paramita et al., (2021:60) data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data asli seperti kuesioner maupun wawancara yang digunakan peneliti. Data primer digunakan saat melakukan riset termasuk perolehan diisinya kuesioner oleh responden yakni konsumen sunscreen Wardah di Kecamatan Randuagung Desa Ranuwurung.

### 3.3.2 Sumber Data

Sumber data merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber baik itu berasal dari dalam ataupun luar, disebut sumber data. Sumber data dapat disesuaikan pada penelitian yang akan dilakukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal. Menurut Agung, (2016) data internal berasal pada instansi Lembaga untuk kepentingan instansi tersebut.

Sumber data internal merupakan data yang didapat atau yang bersumber dari Perusahaan, dan data internal pada penelitian diperoleh dari Perusahaan wardah yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan citra merek.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi sekumpulan elemen dari semua elemen yang memiliki karakteristik sama dan menarik perhatian peneliti dan dianggap menunjukkan fenomena tertentu. Pada penelitian ini, populasi dalam penelitian ini ialah konsumen *sunscreen* Wardah di Kecamatan Randuagung Desa Ranuwurung dengan jumlah penduduk kurang lebih 2000 jiwa, dengan konsumen sejumlah 150 responden yang menggunakan *sunscreen* Wardah tersebut.

#### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Berdasarkan penjelasan Syafrida, (2022:34) bahwa sampel merupakan sebagian pada populasi, yaitu individu atau penduduk yang jumlahnya lebih kecil dari populasi dan mempunyai minimal satu karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi. Paramita *et al*,(2021:60)Menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa individu.Pada penelitian ini penentuan, sampel dengan memilih secara acak dari populasi yang ada, sehingga setiap anggota mempunyai kesempatan, cara ini disebut dengan *simple random sampling* serta cara yang dipilih ialah *accidental sampling*.

*Accidental sampling* adalah teknik yang menentukan sampel yang mengacu pada kebetulan, dalam teknik ini, sampel dipilih dari individu yang secara kebetulan atau tanpa rencana bertemu atau berada dilokasi penelitian pada saat yang tepat.

Penentuan sampel pada penelitian yang dilakukan dengan cara teknik Slovin. Siregar Syofian, (2017) rumus teknik slovin adalah:

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{150}{1 + 150 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{150}{1 + 150(0,01)} \\ &= \frac{150}{1 + 1,50} \\ &= \frac{150}{2,50} = 60 \end{aligned}$$

Sesuai perhitungan yang memakai slovin didapatkan total sampelnya yakni 60 sampel.

### 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel independen dan variabel dependen didefinisikan sebagai karakteristik, sifat, dan nilai individu, objek, organisasi, atau kegiatan yang dapat dipelajari untuk mempelajari dan menghasilkan kesimpulan. Variabel penelitian ini menjelaskan mengenai variabel independen dan variabel dependen.

Adapun variabel dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas atau independen (X) yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek, dan variabel dependen atau terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

### **a. Variabel Independen**

Berdasarkan penjelasan (Paramita et al, 2021:37-38) variabel independen merupakan faktor yang dianggap sebagai penjelasan atau penyebab bagaimana variabel dependen berubah atau berpengaruh. Variabel independen memiliki fungsi untuk menggambarkan cara pemecahan masalah dalam penelitian. Selain itu, variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif atau negatif. Oleh karena itu, variabel independen juga dapat disebut sebagai variabel prediktor atau penyebab. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk (X1), harga (X2) dan citra merek (X3).

### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan fenomena atau permasalahan yang menjadi fokus utama untuk menyelesaikan penelitian ini (Paramita et al, 2021:37) Variabel dependen juga dapat diartikan variabel terikat, karena merupakan variabel yang menyebabkan dan mendorong timbulnya variabel bebas. Variabel dependen juga disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat pada penelitian ialah kepuasan konsumen (Y).

## **3.5.2 Definisi Konseptual**

Konseptual merupakan makna dari konsep yang digunakan dalam penelitian dalam membantu memudahkan seorang peneliti untuk menjelaskan konsep di lapangan saat penelitian dilaksanakan.

### **a. Kualitas Produk (X1)**

Kualitas produk tidak luput dari pertimbangan konsumen dalam memilih

barang atau jasa menurut Daga,(2017:37) kualitas produk merupakan keunggulan dan fungsi, serta nilai yang dicerminkan pada cara produk, atribut ialah suatu yang sangat pokok untuk dimiliki oleh sebuah produk, terutama bila kualitas produk layak dan mampu memberikan manfaat serta memberikan fungsi yang baik pada saat penggunaan, berarti produk akan mempunyai peluang untuk dipilih oleh banyak masyarakat besar.

**b. Harga (X2)**

Harga ialah sejumlah nilai yang perlu dibayar guna mendapatkan barang ataupun jasa dengan nilai dan keuntungan yang sebanding dengan kualitasnya, faktor psikologis dan faktor lainnya juga dapat mempengaruhi penentuan harga Setyo,(2016). Harga juga merupakan faktor oleh konsumen dalam membeli produk ataupun layanan, sehingga membutuhkan pemeriksaan dalam menetapkan harga tersebut.

**c. Citra Merek (X3)**

Citra merek dapat diartikan dengan informasi atau tindakan yang terbentuk dipikiran konsumen ketika mereka memikirkan merek dari suatu produk tertentu firmansyah Anang firmansyah,(2019:60). Citra merek juga merupakan perilaku dan pemahaman yang dihasilkan oleh konsumen dalam mengenal atau memahami suatu merek tersebut.

**d. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen ialah evaluasi yang diharapkan oleh pembeli terhadap kinerja perusahaan yang telah melebihi harapan mereka Iendy Zelviean Adhari,(2020:41). Kepuasan konsumen juga mencakup perasaan subjektif yang

diharapkan konsumen setelah memakai barang atau layanan yang telah disediakan oleh perusahaan sehingga menimbulkan rasa puas terhadap produk ataupun pelayanan yang ditawarkan.

### 3.5.3 Definisi Operasional

Operasional adalah penentuan dari sifat ataupun kontrak yang di pelajari sehingga dapat menjadi variabel yang bisa diukur, dengan ini maka peneliti bisa mengetahui suatu variabel yang akan dijadikan penelitian.

#### a. Kualitas Produk (X1)

Setyo,(2016) Berpendapat bahwasannya ada macam-macam indikator dalam kualitas produk, yaitu :

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Keistimewaan (*feature*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Daya tahan (*durability*)

Dengan mempertimbangkan indikator kualitas produk yang telah disebutkan, disusunlah kuesioner pada pilihan jawaban pada skala pengukur dibawah ini:

- 1) Produk *sunscreen* Wardah mampu melindungi kulit dari paparan sinar UV
- 2) Produk *sunscreen* Wardah miliki ciri khas dan keunggulan dari pada produk lain antara tidak mudah luntur, ringan dan wangi.
- 3) Produk *sunscreen* Wardah mempunyai kualitas SPF yang dapat diandalkan
- 4) Produk *sunscreen* Wardah memiliki daya tahan yang baik selama pemakaian

#### b. Harga (X2)

Miethiana (2019, n.d.)Menyatakan terdapat indikator-indikator dalam harga,

meliputi:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Simpulan pertimbangan indikator harga dapat tersusunlah kuesioner dengan jawaban skala pengukuran dibawah ini:

- 1) Harga produk *sunscreen* Wardah terjangkau bagi semua kalangan
- 2) Harga produk *sunscreen* Wardah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- 3) Harga produk *sunscreen* Wardah dapat bersaing dengan produk lain.
- 4) Harga produk *sunscreen* Wardah sesuai dengan manfaat yang ditawarkan.

**c. Citra merek (X3)**

Firmansyah, (2019:82) menyatakan terdapat indikator dalam citra merek, meliputi:

- 1) *Corporate* (citra pembuat)
- 2) *User image* (citra pemakai)
- 3) *Product image* (citra produk)

Dalam mempertimbangkan indikator citra merek, kuesioner disusun pada skala pengukuran dibawah ini:

- 1) Merek *sunscreen* Wardah memiliki citra yang baik dipemikiran konsumen.
- 2) Merek *sunscreen* Wardah memiliki kesan baik bagi penggunanya.
- 3) Merek *sunscreen* Wardah terjamin keamanan dan komposisinya.



#### d. Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator kepuasan konsumen, Nababan, (2022) adalah sebagai berikut:

- 1) Penilaian
- 2) Konfirmasi Harapan
- 3) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan.
- 4) Minat Membeli Ulang

Berdasarkan indikator kepuasan konsumen diatas dapat tersusun kuesioner pada jawaban dalam skala pengukuran berikut:

- 1) Produk *Suncreen* Wardah produk yang sangat memuaskan
- 2) Saya puas dengan hasil produk *sunscreen* Wardah yang membuat tampil lebih percaya diri
- 3) Saya bersedia merekomendasikan *sunscreen* Wardah kepada orang lain
- 4) Saya berminat untuk membeli lagi produk *sunscreen* Wardah.

#### 3.6 Instrumen Penelitian

Sugiyono,(2022:222)Menyatakan bahwa suatu cara atau alat yang digunakan dalam mengumpulkan data dan informasi mengenai masalah yang diteliti disebut sebagai instrument penelitian.instrumen penelitian disusun berdasarkan indeks dari variabel yang telah dikembangkan dengan menggunakan skala yang relevan. Selanjutnya merupakan tabel instrumen penelitian:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item pertanyaan	Skala pengukuran	Sumber
1	Kualitas produk	1. Kinerja ( <i>performace</i> ) 2. Keistimewaan ( <i>feature</i> ) 3. Keandalan ( <i>reliability</i> ) ( <i>serviceability</i> ) 4. Daya tahan ( <i>durability</i> )	1. Produk <i>sunscreen</i> Wardah mampu melindungi kulit dari paparan sinar UV 2. Produk <i>sunscreen</i> Wardah memiliki ciri khas dan keunggulan daripada produk lain antara lain tidak mudah luntur, ringan dan wangi. 3. Produk <i>sunscreen</i> Wardah mempunyainkualitas SPF yang dapat diandalkan. 4. Produk <i>sunscreen</i> Wardah memiliki daya tahan yang baik selama pemakaian	Ordinal	Setyo,(2016)
2	Harga	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga produk <i>sunscreen</i> Wardah terjangkau bagi semua kalangan 2. Harga produk <i>sunscreen</i> Wardah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. 3. Harga produk <i>sunscreen</i> Wardah dapat bersaing dengan produk lain. 4. Harga produk <i>sunscreen</i> Wardah sesuai dengan manfaat yang ditawarkan.	Ordinal	Miethiana (2019:42)
3	Citra merek	1. <i>Corporate image</i> (citra pembuat) 2. <i>User image</i> (Citra pemakai) 3. <i>Product image</i> (Citra produk)	1. Merek <i>sunscreen</i> Wardah memiliki citra yang baik dipemikiran konsumen 2. Merek <i>sunscreen</i> Wardah memiliki kesan yang baik bagi penggunaanya 3. Merek <i>sunscreen</i> Wardah terjamin keamanan dan komposisinya.	Ordinal	Anang firmansya h,(2019:82)
4	Kepuasan konsumen	1. Penilaian 2. Konfirmasi harapan 3. Kesediaan merekomendasikan. 4. Minat membeli ulang	1. Produk <i>sunscreen</i> Wardah merupakan produk yang sangat memuaskan 2. Saya puas dengan hasil produk <i>sunscreen</i> Wardah yang membuat tampil lebih percaya diri. 3. Saya bersedia merekomendasikan <i>sunscreen</i> Wardah kepada orang lain. 4. Saya berminat untuk membeli lagi produk <i>sunscreen</i> Wardah	Ordinal	Nababan, (2022)

Sumber : variabel, indikator, instrument, skala penelitian

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Wawancara**

Syafrida,(2022:28) Wawancara merupakan suatu kegiatan teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian, dalam penelitian kuantitatif wawancara sering dilakukan melalui sampel dalam jumlah yang kecil. Wawancara pada penelitian ini ditujukan pada pengguna produk *sunscreen* wardah pada konsumen *sunscreen* wardah di Desa Ranuwurung Kecamatan Randuagung.

#### **3.7.2 Kuesioner**

Darwin et al., (2021:160) Mengatakan yaitu angket merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan penyediaan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner, kemudian dijawab responden sesuai dengan keinginan untuk tiap variabel yang diteliti. Kuesioner yang dipakai pada penelitian disebar luaskan pada anggota sampel sejumlah 60 responden dari anggota konsumen *susncreen* Wardah, sehingga akan memperoleh hasil data yang akurat terkait variabel penelitian ini yakni kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai tinjauan pengukuran dan pemberian nilai pada jawaban kuesioner yang di tanggapi oleh responden atau sampel pada penelitian. Budiaji et al., (2013) menjelaskan skala Likert merupakan alat ukur dari setiap persepsi yang akan menjadi tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarkan mengenai kejadian social yang diteliti.

Berikut bentuk skala Likert antara lain:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Ragu-ragu (R) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

### 3.8 Teknik Analisis Data

Sugiyono, (2022:147) Teknik analisis data adalah cara yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian ataupun hipotesis yang sudah dirumuskan. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda yang memiliki hubungan asosiatif kausal yang dipakai dalam menentukan variabel bebas dalam menahan variabel terikat.

Sebelum melakukan analisis pada uji pengaruh terhadap kuesioner, Langkah pertama adalah memastikan validitas dan realibilitas kuesioner tersebut, selanjutnya akan dilanjutkan analisis atau uji pengaruh dengan memakai asumsi dasar regresi linier berganda pada kontribusi data normal dan tidak ada multikolinieritas ataupun heteroskedasitas.

Langkah-langkah yang dilakukan yakni meliputi:

- a. Penentuan Populasi
- b. Penentuan Sampel
- c. Penyebaran Kuesioner
- d. Rekapitulasi Kuesioner
- e. Uji Instrumen Penelitian (Validitas dan Reabilitas)

- f. Uji Asumsi Klasik (Normalitas data, Multikolinieritas, dan Heteroskedastisitas)
- g. Kriteria
- h. Kesimpulan

### 3.8.1 Pengujian Instrumen

Penggunaan alat ukur pada penelitian ini perlu melewati pengujian validitas dan reliabilitas guna menganalisis kevalidan data apakah data sudah dapat diterima dan dapat diandalkan sehingga dapat melanjutkan pada pengujian hipotesis dan tahapan selanjutnya.

#### a. Pengujian Validitas

Menurut Slamet Riyanto, (2020:63) Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Tujuan digunakannya pengujian validitas bertujuan dalam menetapkan apakah kuesioner yang digunakan dapat menggali informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian, untuk analisis faktor yang dilakukan menggunakan cara mengkorelasi jumlah skor dari faktor dengan skor total. Jika korelasi pada setiap faktor positif dan sebesar 0,3 ke atas maka faktor tersebut dikatakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

#### b. Pengujian Reliabilitas

Syafrida, (2022:33) uji reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur data penelitian untuk memperoleh data yang konsisten dan berkualitas sehingga dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Dalam penelitian ini uji

rehabilitas dengan melalui analisis item-item dalam instrument penelitian dengan menggunakan Teknik tertentu, dalam pengujian rehabilitas dapat dilihat melalui Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Berikut indeks kriteria reliabilitas:

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) dalam Dewi, (2012)

### 3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda dan harus mengerti asumsi-asumsi yang mendasarinya. Jika asumsi-asumsi yang dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin akan berbeda dari kenyataan. Asumsi-asumsi dasar tersebut meliputi normalitas data, *multikolinieritas*, dan *heteroskedastisitas*.

#### a. Uji Normalitas Data

Syafrida, (2022) menyatakan bahwa uji normalitas data merupakan pengujian data yang nantinya akan dianalisis guna untuk melihat normal atau tidaknya suatu data, sehingga dapat dianalisis dengan parametrik. Dalam penelitian ini memakai pengujian *Kolmogrov-Smirnov test* atau disebut dengan pengujian K-S yang dikategorikan non-parametrik karena peneliti masih tidak mengetahui apakah data sudah termasuk parametric atau tidak. Kriteria untuk pengujian dengan melihat besaran *Kolmogrov-Smirnov test* sebagai berikut:

1. Jika taraf signifikan ( $\alpha$ )  $\geq 0,05$  disebut data berdistribusi normal

2. Jika taraf signifikansi ( $\alpha$ ) < 0,05 dikatakan data tidak berdistribusi normal

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat keterkaitan korelasi antara variabel independen yang ikut serta dalam terbentuk model regresi linier berganda, pada analisis regresi diwajibkan terlepas pada masalah *multikolinieritas*, Syafriada, 2022:70). Jika terdapat hubungan yang erat pada semua atau sebagian dari variabel independen dalam regresi maka dinyatakan terbebas *multikolinieritas*. Dengan adanya *multikolinieritas* dapat membuat tingkat kesalahan besar yang ditandai dengan besarnya koefisien determinasi. Namun, *pearson* tidak memiliki atau dengan sangat kecil koefisien regresi yang signifikan. Pengujian *multikolinieritas* dapat dilihat dengan nilai VIF dan *tolerance*, pada ketetapan apabila VIF lebih kecil 10 ( $VIF < 10$ ) dan *tolerance* lebih besar 0,1 ( $tolerance > 0,1$ ) dapat dikatakan bahwa data penelitian terbebas pada tanda *multikolinieritas*.

**c. Uji Heteroskedasitas**

Pengujian *heteroskedasitas* adalah pengujian untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan antar varian residual yang terdapat dalam model regresi dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Pengujian *Heteroskedasitas* dilakukan dengan menggunakan Scatter Plot dengan kriteria sebagai berikut:

(a) Apabila pada hasil uji heteskedastisitas terdapat bentuk tertentu, misalnya terdapat titik-titik yang menggambarkan suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, selanjutnya menyempit) maka dapat dinyatakan bahwa terjadi heteskedastisitas.

- (b) Hasil dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila pada hasil uji heteskedastisitas dalam penelitian ini terdapat titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah 0 sumbu Y.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Análisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda:

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

Keterangan:

Y	= Variabel Dependen
$\alpha$	= Konstanta
$\beta$	= Koefisien regresi variabel independen
X1	= Variabel independen 1
X2	= Variabel independen 2
X3	= Variabel independen 3
e	= <i>error</i>

Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda dapat ditentukan melalui persamaan sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 PQ + \beta_2 H + \beta_3 CM + e$$

Keterangan:

KP	= Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)
$\alpha$	= Nilai Konstanta
PQ	= Variabel bebas pertama (Kualitas produk)
H	= Variabel bebas kedua (Harga)



CM = Variabel bebas ketiga (*Citra Merek*)  
 e = *error*

### 3.8.4 Pengajuan Hipotesis

Selanjutnya melakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independen seperti (kualitas produk, harga, dan citra merek) terhadap variabel dependen yaitu (kepuasan konsumen) secara parsial.

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t merupakan skala pengujian yang dapat digunakan dalam membuktikan apakah variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Berikut langkah-langkah yang digunakan dalam menguji hipotesis antara lain:

#### 1) Merumuskan hipotesis

##### (a) Kualitas Produk

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan pada produk *sunscreen* Wardah

$H_a$  : Terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan pada produk *sunscreen* Wardah

##### (b) Harga

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan pada produk *sunscreen* Wardah

$H_a$  : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan pada produk *sunscreen* Wardah

## (c) Citra merek

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh Citra merek yang signifikan terhadap kepuasan pada produk sunscreen Wardah

$H_a$  : Terdapat pengaruh citra merek yang signifikan terhadap kepuasan pada produk *sunscreen* Wardah

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

3) Menentukan kriteria pengujian :

(a) –  $t_{hitung} \leq - t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

(b) –  $t_{hitung} > - t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima

4) Menentukan nilai  $t$  table :

Nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari dengan cara menggunakan tabel *t-Student*. Jika pengujian dua sisi, maka nilai  $\alpha$  dibagi 2. Rumus  $t_{table} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$

5) Membuat simpulan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  pada  $t_{table}$  untuk mengetahui tingkat signifikansi (Siregar, 2015)

**b. Uji F (Kelayakan Model)**

Riyanto & Wikarya,(2018:178)Menyatakan bahwa uji kelayakan model digunakan untuk melihat serta menganalisis tingkat kelayakan model pada variabel yang digunakan, sehingga dapat menguraikan apakah model regresi telah dinyatakan layak atau tidak sehingga dapat dilanjutkan dengan menjelaskan adanya pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian guna melihat hasil pada analisis regresi pada kriteria pengukuran, dibawah ini:

1)  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dapat diartikan model dinyatakan layak dari seluruh

variabel bebas terhadap variabel terikat.

- 2)  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dapat diartikan model dinyatakan tidak layak dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.  $F_{hitung}$  bisa dihitung dengan rumus  $df = k : n - k - 1$

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Bahri, (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi dalam analisis regresi bertujuan untuk mengukur bagaimana model regresi linier berganda dapat menguraikan model dalam variabel dependen. Koefisien determinasi, ditunjukkan oleh *R-Square*, diantara 0 dengan 1. Dalam regresi linier berganda untuk melihat nilai  $R^2$  melalui nilai *R-square*. Berdasarkan nilai koefisien determinasi dapat diperoleh nilai ukuran besarnya variabel bebas yakni kualitas produk ( $X_1$ ) dan promosi media sosial ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian ( $Y$ ) yang biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase.