

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Studi ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang bertumpu pada prinsip positivisme, yaitu mencari hubungan sebab-akibat antar variabel. Melalui metode ini, peneliti menguji hipotesis dengan mengumpulkan dan menganalisis data secara statistik menggunakan instrumen kuantitatif. Hubungan antara variable dalam penelitian ini dianggap kausal, di mana variable independent memengaruhi variable dependent (Sugiyono, 2014). Dalam pendekatan kuantitatif, proses penelitian difokuskan pada pengumpulan dan analisis data berbasis angka. Tujuan dari metode ini antara lain adalah untuk menguji hipotesis, mengidentifikasi hubungan antar variabel, dan membangun generalisasi yang sah bagi kelompok populasi yang lebih besar.

3.2 Objek Penelitian

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa objek penelitian adalah fokus utama kajian yang diteliti guna mendapatkan data dan informasi yang relevan. Adapun dalam penelitian ini, objek yang diteliti mencakup tiga variabel bebas, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, serta satu variabel terikat, yakni kepuasan konsumen. Studi ini dilaksanakan di Depot Ramona Lumajang, dengan rincian definisi setiap variabel disampaikan berikut ini:

a. Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan pendapat Tjiptono (2016), kualitas diartikan sebagai suatu keadaan yang terus berubah dan berkaitan dengan berbagai unsur, seperti produk,

layanan, tenaga kerja, proses, dan lingkungan, yang kesemuanya bertujuan memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, Kotler & Armstrong (2019) menekankan bahwa kualitas produk merupakan salah satu alat utama dalam strategi positioning. Kualitas yang tinggi akan mencerminkan kinerja yang baik dan memberikan manfaat nyata bagi konsumen, sehingga menciptakan kepuasan.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Dalam pandangan Kotler (2016), kualitas pelayanan tercermin dari kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan layanan yang tidak terbatas pada kesesuaian, tetapi juga melampaui harapan konsumennya.

c. Harga (X3)

Harga, menurut Abubakar (2018), Didefinisikan sebagai imbalan finansial yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk atau jasa.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini memanfaatkan data primer sebagai sumber utama, di mana data tersebut dikumpulkan secara langsung dari responden melalui teknik seperti wawancara (interview) dan kuesioner. Penelitian ini mengandalkan kuesioner sebagai metode utama dalam pengumpulan dan pengolahan data. Responden mengisi kuesioner yang terdiri atas pernyataan-pernyataan yang mengacu pada variabel penelitian, sehingga data primer yang diperoleh dapat digunakan untuk menganalisis keterkaitan antar variabel.

3.3.2 Sumber Data

Studi mengandalkan sumber data eksternal yang berasal dari entitas organisasi atau perusahaan. Data tersebut terdiri atas berbagai literatur ilmiah, termasuk artikel, jurnal, dan hasil penelitian sebelumnya yang sesuai dengan tema kajian. Penggunaan data eksternal ini bertujuan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis yang dilakukan (Paramita, 2018).

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan individu, objek, atau peristiwa yang menjadi perhatian peneliti (Paramita *et al.*, 2021). Studi ini, yang menjadi populasi yakni konsumen Depot Ramona Lamajang dengan jumlah yang tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi yang dipilih secara metodologis untuk menggambarkan keseluruhan populasi secara ilmiah. Penggunaan sampel memungkinkan peneliti melakukan analisis tanpa harus meneliti seluruh populasi, namun tetap bisa memberikan gambaran umum (Nazir, 2011). Dalam penelitian kuantitatif, sampel digunakan sebagai representasi dari populasi ketika tidak memungkinkan untuk meneliti keseluruhan anggota populasi karena keterbatasan sumber daya. Menurut pandangan Sugiyono (2015), Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang memiliki kesamaan ciri dan proporsi, sehingga dapat mewakili karakteristik populasi tersebut. Studi konsumen yang melakukan pembelian di Depot Ramona Lumajang dijadikan sebagai sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menerapkan metode non-probability sampling dalam proses pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2017), teknik ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel.

Studi ini memakai teknik pengambilan sampel insidental, yakni teknik yang didasarkan pada pertemuan secara kebetulan, sehingga peneliti dapat memilih individu yang kebetulan dijumpai sebagai sampel apabila mereka dianggap layak sebagai sumber data (Sugiyono, 2014). konsumen yang memenuhi kriteria telah melakukan minimal dua kali pembelian dijadikan sampel. Model pengambilan sampel yang digunakan didasarkan pada teori Roscoe (1982:253) yang dikutip oleh Sugiyono (2015), berikut ini:

- a. Rentang ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai 500 responden.
- b. Jika sampel diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain), maka masing-masing kategori harus memiliki jumlah anggota sampel minimal 30.
- c. Penelitian yang menggunakan analisis multivariat, seperti korelasi atau regresi berganda, membutuhkan sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti (independen dan dependen). Oleh karena itu, dengan 4 variabel, sampel minimal adalah 40.
- d. studi eksperimental sederhana yang membandingkan dua kelompok, jumlah peserta dalam setiap kelompok dianjurkan berkisar antara 10 hingga 20 orang.

Analisis multivariat yang digunakan adalah regresi linier berganda, melibatkan tiga variabel bebas serta satu variabel terikat. Dengan aturan minimal 10 sampel untuk setiap variabel, maka sampel yang harus disediakan berjumlah 40.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Studi ini meneliti hubungan kausal antar variabel yang dibagi menjadi dua kategori, yaitu variable terikat dan variable bebas. Berikut adalah variable penelitian yang digunakan:

a. **Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel yang memicu atau memengaruhi perubahan variabel dependen disebut variabel bebas, yang juga dikenal dengan istilah variabel stimulus, predictor, atau antecedent. Dalam bahasa Indonesia, variabel ini disebut variabel utama. Kualitas adalah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

b. **Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi, dan dikenal sebagai variabel terikat. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen dan menjadi konsekuensi dari perubahan variabel bebas. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen (Y) dijadikan sebagai variabel terikat.

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual untuk setiap variabel diperoleh berdasarkan tinjauan teori yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya:

a. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2018), kepuasan konsumen diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Ketika kinerja tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan merasa tidak puas, namun jika kinerja memenuhi ekspektasi, pelanggan merasa puas.

b. Kualitas Produk

Pandangan Kotler & Keller (2016), kualitas produk diartikan sebagai kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya. Kemampuan ini meliputi aspek daya tahan, keandalan, dan akurasi yang diperoleh produk secara keseluruhan.

c. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2015) mengartikan kualitas pelayanan sebagai tingkat pelayanan yang baik adalah kemampuan suatu organisasi dalam menyampaikan layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, baik secara efisien maupun efektif.

d. Harga

Menurut Tjiptono (2016), harga merupakan nilai dalam bentuk uang atau ukuran tertentu yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan hak kepemilikan atas suatu barang atau jasa.

3.5.3 Definisi Operasional

Sugiyono (2018), definisi operasional variabel merupakan acuan makna atau nilai suatu variabel yang berasal dari objek atau aktivitas yang menunjukkan keragaman tertentu dan akan diteliti secara sistematis. Pada bagian ini akan

dijelaskan definisi operasional dari variabel yang dipakai pada studi sesuai dengan objek dan metode yang diterapkan:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang atau jasa untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen, yang berperan penting dalam kepuasan dan daya saing. Produk berkualitas mendukung positioning yang kuat di pasar dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif. Menurut Lupiyoadi (2015) indikator kualitas produk adalah:

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Fitur (*feature*)
- 4) Daya Tahan (*durability*)
- 5) Kesesuaian (*conformance*)

Mengacu pada indikator kualitas produk, kuesioner yang selaras dengan skala pengukuran berikut dapat dibuat:

- 1) Depot Ramona menyajikan makanan dengan cita rasa yang khas dan konsisten setiap kali saya berkunjung.
- 2) Depot Ramona selalu menyajikan makanan dalam keadaan segar dan berkualitas tinggi.
- 3) Saya jarang mengalami kesalahan dalam pemesanan makanan di Depot Ramona.
- 4) Menu yang ditawarkan Depot Ramona memiliki keunikan yang tidak ditemukan di tempat makan lain.

- 5) Depot Ramona menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga makanan yang dihasilkan tetap tahan lama.
- 6) Produk makanan Depot Ramona tetap terjaga kesegarannya saat disajikan kepada pelanggan.
- 7) Rasa makanan di Depot Ramona selalu sesuai dengan ekspektasi saya.
- 8) Depot Ramona menyajikan makanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- 9) Setiap makanan yang saya pesan di Depot Ramona selalu memenuhi kualitas yang diiklankan.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam pemasaran karena menunjukkan ciri-ciri serta keunggulan menyeluruh dari produk atau jasa yang diberikan, dan memiliki kemampuan dalam memenuhi keperluan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Sesuai dengan pendapat Parasuraman dalam Tjiptono (2019), variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui lima indikator, yaitu mencakup:

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik)
- 2) *Reliability* (Kehandalan)
- 3) *Responsiveness* (Ketanggapan)
- 4) *Assurance* (Jaminan)
- 5) *Empathy* (Empati)

Mengacu pada indikator dari variabel kualitas pelayanan di atas, berikut adalah pernyataan dipakai dalam instrumen kuesioner studi :

- 1) Fasilitas seperti meja, kursi, dan alat makan di Depot Ramona dalam kondisi yang baik dan higienis.
 - 2) Depot Ramona selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan.
 - 3) Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik dan tanpa kendala saat berkunjung ke Depot Ramona.
 - 4) Karyawan Depot Ramona mampu menangani pesanan dengan cepat dan akurat.
 - 5) Permintaan dan keluhan konsumen cepat respon oleh karyawan
 - 6) Saya merasa aman dan nyaman ketika menikmati makanan di Depot Ramona.
 - 7) Depot Ramona memberikan rasa percaya dengan kualitas makanan dan pelayanannya.
 - 8) Karyawan Depot Ramona selalu ramah dan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan.
 - 9) Saya merasa dihargai sebagai pelanggan ketika berkunjung ke Depot Ramona.
 - 10) Depot Ramona berusaha memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik.
- c. Harga

Perusahaan menetapkan harga sebagai nominal uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Di antara unsur bauran pemasaran, harga memiliki peran unik sebagai faktor yang menghasilkan pendapatan. Kotler & Armstrong (2018) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur harga, yaitu:

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

Mengacu pada indikator harga tersebut, maka kuesioner pernyataan sebagai berikut:

- 1) Saya merasa harga makanan di Depot Ramona sesuai dengan anggaran saya.
- 2) Harga makanan di Depot Ramona lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat makan lain.
- 3) Harga makanan di Depot Ramona sepadan dengan kualitas yang saya terima.
- 4) Saya merasa puas dengan harga makanan yang sesuai dengan rasa dan porsinya.
- 5) Harga makanan di Depot Ramona lebih terjangkau dibandingkan dengan tempat makan lain yang sejenis.
- 6) Depot Ramona menawarkan harga yang sesuai dengan pasar dan tetap menarik bagi pelanggan.
- 7) Saya merasa harga yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menggambarkan sejauh mana harapan konsumen terpenuhi oleh produk yang mereka terima, yang kemudian memunculkan perasaan senang apabila sesuai, atau kekecewaan bila tidak sesuai. Menurut Kotler (2016) berpendapat bahwa indikator kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Membeli kembali atau re-purchase.
- 2) Menciptakan *Word of Mouth*.
- 3) Menciptakan Citra Merek.
- 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama

Merujuk pada indikator kualitas pelayanan di atas, berikut adalah pernyataan kuesioner yang dirancang :

- 1) Saya berniat untuk kembali membeli makanan di Depot Ramona karena puas dengan pengalaman sebelumnya.
- 2) Saya sering memilih Depot Ramona sebagai tempat makan favorit saya.
- 3) Saya tidak ragu untuk makan di Depot Ramona lagi karena kualitasnya yang memuaskan.
- 4) Saya akan merekomendasikan Depot Ramona kepada teman dan keluarga saya.
- 5) Saya sering berbagi pengalaman positif tentang Depot Ramona dengan orang lain.
- 6) Saya yakin orang lain juga akan menyukai Depot Ramona seperti saya.
- 7) Depot Ramona memiliki reputasi yang baik di mata saya sebagai pelanggan.
- 8) Saya mempercayai Depot Ramona sebagai tempat makan yang berkualitas.
- 9) Depot Ramona memiliki identitas yang khas dibandingkan dengan tempat makan lain.
- 10) Saya lebih memilih Depot Ramona dibandingkan dengan tempat makan lain karena kualitasnya.
- 11) Saya tidak ragu untuk mengeluarkan uang lebih untuk makan di Depot Ramona karena kepuasannya.

12) Pengalaman positif saya di Depot Ramona membuat saya semakin yakin untuk membeli kembali.

3.6 Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas Produk	Kinerja (<i>Perfomance</i>)	1. Depot Ramona menyajikan makanan dengan cita rasa yang khas dan konsisten setiap kali saya berkunjung.	Ordinal	Lupiyoadi (2015)
		Keistimewaan (<i>Feature</i>)	2. Depot Ramona selalu menyajikan makanan dalam keadaan segar dan berkualitas tinggi. 3. Saya jarang mengalami kesalahan dalam pemesanan makanan di Depot Ramona.		
		Kehandalan (<i>Reliability</i>)	4. Menu yang ditawarkan Depot Ramona memiliki keunikan yang tidak ditemukan di tempat makan lain.		
		Daya tahan (<i>Durability</i>)	5. Depot Ramona menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga makanan yang dihasilkan tetap tahan lama. 6. Produk makanan Depot Ramona tetap terjaga kesegarannya saat disajikan kepada pelanggan.		
		Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	7. Rasa makanan di Depot Ramona selalu sesuai dengan ekspektasi saya. 8. Depot Ramona menyajikan makanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. 9. Setiap makanan yang saya pesan di Depot Ramona selalu memenuhi kualitas yang diiklankan.		
2.	Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	1. Fasilitas seperti meja, kursi, dan alat makan di Depot Ramona dalam kondisi yang baik dan higienis.	Ordinal	Tjiptono (2019)
		<i>Reliability</i> (Kehandalan)	2. Depot Ramona selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			3. Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik dan tanpa kendala saat berkunjung ke Depot Ramona. 4. Karyawan Depot Ramona mampu menangani pesanan dengan cepat dan akurat.		
		<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	5. Permintaan dan keluhan konsumen cepat di respon oleh karyawan		
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	6. Saya merasa aman dan nyaman ketika menikmati makanan di Depot Ramona. 7. Depot Ramona memberikan rasa percaya dengan kualitas makanan dan pelayanannya.		
		<i>Empathy</i> (Empati)	8. Karyawan Depot Ramona selalu ramah dan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan. 9. Saya merasa dihargai sebagai pelanggan ketika berkunjung ke Depot Ramona. 10. Depot Ramona berusaha memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik.		
3.	Harga	Harga Keterjangkau	1. Saya merasa harga makanan di Depot Ramona sesuai dengan anggaran saya. 2. Harga makanan di Depot Ramona lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat makan lain.	Ordinal	Kotler & Amstrong (2018)
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3. Harga makanan di Depot Ramona sepadan dengan kualitas yang saya terima. 4. Saya merasa puas dengan harga makanan yang sesuai dengan rasa dan porsinya.		
		Daya saing harga	5. Harga makanan di Depot Ramona lebih terjangkau dibandingkan dengan tempat makan lain yang sejenis. 6. Depot Ramona menawarkan harga yang sesuai dengan pasar dan tetap menarik bagi pelanggan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		Kesesuaian harga dengan manfaatnya	7. Saya merasa harga yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.		
4.	Kepuasan Konsumen	Repurchase (Pembelian Ulang)	<p>1. Saya berniat untuk kembali membeli makanan di Depot Ramona karena puas dengan pengalaman sebelumnya.</p> <p>2. Saya sering memilih Depot Ramona sebagai tempat makan favorit saya.</p> <p>3. Saya tidak ragu untuk makan di Depot Ramona lagi karena kualitasnya yang memuaskan.</p>	Ordinal	Kotler (2016)
		Menciptakan <i>word of mouth</i>	<p>4. Saya akan merekomendasikan Depot Ramona kepada teman dan keluarga saya.</p> <p>5. Saya sering berbagi pengalaman positif tentang Depot Ramona dengan orang lain.</p> <p>6. Saya yakin orang lain juga akan menyukai Depot Ramona seperti saya.</p>		
		Menciptakan citra merek	<p>7. Depot Ramona memiliki reputasi yang baik di mata saya sebagai pelanggan.</p> <p>8. Saya mempercayai Depot Ramona sebagai tempat makan yang berkualitas.</p> <p>9. Depot Ramona memiliki identitas yang khas dibandingkan dengan tempat makan lain.</p>		
		Menciptakan keputusan pembelian	<p>10. Saya lebih memilih Depot Ramona dibandingkan dengan tempat makan lain karena kualitasnya.</p> <p>11. Saya tidak ragu untuk mengeluarkan uang lebih untuk makan di Depot Ramona karena kepuasannya.</p> <p>12. Pengalaman positif saya di Depot Ramona membuat saya semakin yakin untuk membeli kembali.</p>		

3.7 Metode Pengumpulan Data

Menyesuaikan dengan fokus permasalahan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Studi pustaka, Metode pengumpulan data yang melibatkan pencarian dan evaluasi berbagai sumber referensi seperti jurnal akademik, makalah simposium, buku, serta literatur lain yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Tujuan dari langkah ini adalah memperkuat dasar teori digunakan dalam studi..
- b. Pengumpulan data lapangan dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:
 - 1) Observasi, yakni metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan.
 - 2) Kuesioner, Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden sesuai panduan yang telah dibuat. Guna memperoleh hasil yang bersifat kuantitatif, digunakan skala Likert sebagai alat ukur terhadap jawaban responden. Dalam proses ini, setiap pernyataan dalam kuesioner diberi bobot penilaian berdasarkan jenjang skor tertentu sesuai dengan skala Likert
 1. 5 poin untuk pernyataan Sangat Setuju (SS)
 2. 4 poin untuk pernyataan Setuju (S)
 3. 3 poin untuk pernyataan Ragu-ragu (RR)
 4. 2 poin untuk pernyataan Tidak Setuju (TS)
 5. 1 poin untuk pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS)

3.8 Teknik Analisis Data

Studi ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis data berupa regresi linier berganda. Proses pendekatannya dilakukan secara terstruktur, dimulai dari penyusunan pertanyaan yang sesuai dengan rumusan masalah, dilanjutkan dengan analisis statistik untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2015).

3.8.1 Uji Instrumen

Tahap awal dalam proses analisis adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada instrumen kuesioner, guna menjamin bahwa data yang digunakan memiliki keabsahan dan kestabilan yang tinggi sebelum hipotesis diuji.

3.8.2 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas untuk menilai apakah setiap item dalam kuesioner dapat menggambarkan variabel yang sedang diteliti secara akurat. Berdasarkan pendapat Sunyoto (2015), uji validitas adalah suatu teknik untuk mengetahui kelayakan suatu instrumen. Instrumen dinyatakan valid apabila seluruh pertanyaan yang disusun mampu mencerminkan objek pengukuran yang dimaksud. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa validitas menggambarkan tingkat kesesuaian antara data yang diperoleh melalui kuesioner dengan kenyataan di lapangan. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson dengan batas signifikansi sebesar 0,05. Item dianggap valid jika nilai signifikansinya di bawah 0,05, dan dinyatakan tidak valid apabila nilainya di atas batas tersebut karena tidak memiliki korelasi yang signifikan.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran tingkat konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi kemampuan kuesioner dalam memberikan hasil yang stabil ketika diuji pada waktu berbeda. Jika jawaban responden tidak berubah secara signifikan, maka instrumen tersebut dianggap reliabel. Reliabilitas menurut Ghazali (2016) adalah tingkat konsistensi jawaban responden pada suatu kuesioner. Apabila nilai Cronbach alpha melebihi 0,60, maka kuesioner dianggap reliabel; namun jika nilainya kurang dari itu, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji multikolinearitas merupakan prasyarat untuk semua pengujian hipotesis kausalitas atau regresi (Gunawan, 2018). Penelitian ini menggunakan normal probability plot sebagai metode dalam uji normalitas guna mengevaluasi apakah distribusi data bersifat normal. Di sisi lain, uji multikolinearitas diterapkan untuk melihat kemungkinan adanya hubungan antar variabel independen. Model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel-variabel independennya (Ghozali, 2021).

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2018) dilakukan untuk menilai ada tidaknya hubungan antar variabel independen. Model regresi dinyatakan baik apabila tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

- 1) Jika nilai toleransi $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian.
 - 2) Jika nilai toleransi $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$, maka dapat disimpulkan terdapat multikolinieritas dalam penelitian.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), guna memastikan bahwa varians dari galat (residual) antar observasi dalam model regresi tetap stabil atau tidak mengalami perubahan. Jika varians tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun bila terjadi perubahan, maka kondisi tersebut merupakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari gejala heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan dalam uji ini mengacu pada dasar analisis tertentu, yaitu:

- 1) Ketika dalam grafik residual ditemukan pola yang beraturan, seperti titik-titik membentuk garis atau pola tertentu, maka hal ini menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi.
- 2) Namun apabila titik-titik tersebar secara acak dan merata di sekitar garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola jelas, maka model regresi tersebut dianggap bebas dari heteroskedastisitas.

3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda dipilih sebagai alat analisis statistik yang memanfaatkan beberapa variable bebas untuk memprediksi variabel terikat. Tujuannya adalah menggambarkan hubungan linear di antara variabel-variabel tersebut. Algifari (2015) menyatakan bahwa model ini berguna untuk mengukur pengaruh simultan dari dua atau lebih variabel independen terhadap variable

dependent.

Teknik regresi linier berganda diterapkan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebagai variabel bebas terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Melalui pengujian hipotesis, dapat diketahui apakah terdapat pengaruh secara parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.8.6 Uji Hipotesis

Sebagai tahap lanjutan dari analisis regresi linier berganda, dilakukan pengujian hipotesis guna mengevaluasi signifikansi pengaruh parsial variabel bebas terhadap variable terikat.

Uji t (Uji Parsial)

Menurut Mulyono (2018), uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang benar secara parsial terhadap variabel dependen atau tidak. Menurut Ghazali (2018), uji t-statistik pada dasarnya menunjukkan sejauh mana variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan t tabel:

- 1) Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak.

3.8.7 Koefisien Determinasi

Dalam pandangan Santoso (2009), koefisien determinasi memiliki peran untuk mengevaluasi seberapa besar tingkat kecocokan antara variabel independen dan dependen yang diuji melalui model regresi linier berganda. Koefisien yang tinggi menandakan bahwa variabel bebas mampu memberikan penjelasan yang lebih besar terhadap variasi variabel terikat. Berikut merupakan kriteria dalam menilai nilai koefisien determinasi:

- 1) Nilai R^2 yang melebihi 0,5 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen.
- 2) Sebaliknya, jika nilai R^2 berada di bawah 0,5, maka model dianggap kurang baik dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

Hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dianalisis menggunakan koefisien korelasi, sedangkan koefisien determinasi dipakai untuk menilai besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen pada Depot Ramona Lumajang.