

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan penelitian**

(Lutfi & Irwanto, 2017) Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, menurut Sugiyono “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)”.

#### **3.2 Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bakso H. Sabar Yosowilangun, yang beralamat Jl. Mayjend Soekartiyosowilangun. Adapun pertimbangan yang mendasari peneliti mengapa Bakso H. Sabar Yosowilangun dijadikan obyek pada penelitian ini adalah:

- a. Bakso H. Sabar Yosowilangun sangat dikenal dikalangan masyarakat.
- b. Objek penelitian ini adalah dengan beberapa variabel yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen.

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

##### **3.3.1 Sumber data**

Pengertian data menurut Oei (2010:32) informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah.

##### **3.3.1.1 Data Internal**

Menurut (Oei, 2010:34) “Data ini bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan”. Data internal dalam penelitian ini berupa data tentang profil

perusahaan penghasil produk dan data konsumen yang melakukan pembelian bakso H. Sabar Yosowilangun.

### **3.3.1.2 Data Eksternal**

Menurut ( Oei, 2010:35) “Jenis data kedua yang telah tersedia karena dikumpulkan pihak lain”. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data konsumen sekitaran bakso H. Sabar Yosowilangun.

### **3.3.2 Jenis data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. (Oei, 2010:38) “Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh para periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus”. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli bakso di H. Sabar Yosowilangun.

## **3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

### **3.4.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2014:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian bakso di H. Sabar Yosowilangun perhari sekitar 260 pembeli.

### **3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2015:149) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang

dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods For Business*

(1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164) sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dai jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 4 = 40$ .
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Menurut Sugiyono (2014:18) Teknik pengambilan sampel ada dua yaitu

Probability Sampling dan Nonprobability Sampling berikut penjabarannya:

#### 1. Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi dipilih untuk menjadi anggota sampel teknik ini meliputi: simple random sampling, proportionate stratified random sampling disproportionate stratified random sampling, area (cluster) sampling (sampling menurut daerah).

## 2. Nonprobability Sampling

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. teknik sampel ini meliputi: sampling sistematis, kuota, incidental, purposive, jenuh, snowball.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variable independen dan 1 (satu) variable dependen, maka ukuran sampel yang diambil  $10 \times 4$  variabel = 40 anggota sampel.

### 3.5 Teknik pengumpulan data

#### 3.5.1 Survey

Survey dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada responden untuk mengetahui keinginan lebih dalam dari konsumen

Menurut (Sugiyono, 2014:137) “Digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”.

Wawancara yang dilakukan penelitian ini adalah konsumen yang membeli Bakso H. Sabar Yosowilangun.

#### 3.5.2 Observasi

Menurut (Sugiyono, 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 bakso H. Sabar Yosowilangun.

### **3.5.3 Dokumentasi**

(Ibrahim, 2015:93) “Dokumen atau dokumentasi dalam penelitian mempunyai dua makna yang sering dipahami secara keliru oleh peneliti pemula. Pertama, dokumen yang dimaksudkan sebagai alat bukti tentang sesuatu, termasuk catatan-catatan, foto, rekaman video atau apapun yang dihasilkan oleh seorang peneliti. Dokumen bentuk ini lebih cocok disebut sebagai dokumentasi kegiatan kenang-kenangan. Kedua, dokumen yang berkenaan dengan peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang padanya mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian”.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

### **3.5.4 Kuisoner**

Dalam memperoleh data penelitian dibutuhkan kuisoner untuk memperolehnya menurut (Sugiyono 2015:230) “Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisoner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisoner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuisoner yang diisi oleh responden dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana didalam kuisoner sudah disediakan alternatif jawaban dari tiap item pertanyaan.

Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu

jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami. Untuk penyebaran kuisisioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada

pelanggan bakso H. Sabar Yosowilangun. Dengan menyebarkan kuisisioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pengukuran data untuk variabel pengaruh produk, harga, kepuasan terhadap kepuasan konsumen, dilakukan dengan member skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuisisioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun untuk skala *likert* menurut (Sugiyono, 2015:168-169) sebagai berikut:

- |  |   |
|--|---|
| a. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor       | 5 |
| b. Setuju/sering/positif diberi skor                     | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor            | 3 |
| d. Tidak setuju/hamper tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor          | 1 |

### **3.6 Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Identifikasi Variabel**

Menurut (Sugiyono, 2015:96) “Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel terdiri dari 3 variabel independen yaitu produk, pelayanan, harga dan 1 variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

- a. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2015:96) “Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Adapun penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ).

#### b. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2015:97) “Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Adapun penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### 3.6.2 Definisi Konseptual Variabel

Jumlah instrument penelitian tergantung pada jumlah variabel dalam penelitian. Sedangkan variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator. Indikator dibuat pertanyaan-pertanyaan dalam angket atau kuesioner yang akan diberikan kepada responden.

#### 3.6.2.1 Produk ( $X_1$ )

Menurut Adisaputro (2010:170), ”produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan sesuatu kebutuhan atau keinginan”.

#### 3.6.2.2 Pelayanan ( $X_2$ )

Lupiyoadi (2014:99)“ layanan pelanggan pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil (*outcome*) dari kegiatan distribusi dan logistic, di mana layanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan”.

### 3.6.2.3 Harga (X3)

Menurut Adisaputro (2010:209), "harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan *revenue* penjualan, sedangkan elemen lain dari bauran itu menghasilkan biaya-biaya.


### 3.6.2.4 Kepuasan konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2008), kepuasan di nyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang di terima dan di harapkan.

## 3.6.3 Definisi operasional variable

### 3.6.3.1 Kualitas Produk (X1)

Menurut Lupiyoadi (2014:214) Data tentang produk diperoleh berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen dengan indikator produk sebagai berikut :

- 
- a. Kinerja (*performance*)
  - b. Keistimewaan produk (*feature*)
  - c. Reabilitas (*reability*)
  - d. Kesesuaian (*conformance*)
  - e. Ketahanan (*durability*)
  - f. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)
  - g. Estetika (*esthetic*)
  - h. Kualitas yang disarankan (*perceived quality*)

Berdasarkan indikator tentang produk tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala Likert yang disesuaikan dengan obyek penelitian sebagai berikut :



- a. Produk bakso memiliki cita rasa dan kualitas yang baik
- b. Produk bakso yang rusak akan diganti oleh penjual.
- c. Produk bakso memiliki mutu yang terbaik.
- d. Variasi ukuran bakso sesuai dengan selera konsumen.
- e. Produk bakso mempunyai daya tahan yang lama.
- f. Produk bakso di tata dengan rapi dan mudah dijangkau sehingga konsumen tertarik membelinya.
- g. Pelayanan optimal diberikan kepada pembeli bakso.
- h. Produk bakso teruji kualitas dan cita rasanya dibandingkan produk bakso pesaingnya .

### 3.6.3.2 Pelayanan (X2)

Menurut (Sunarto 2006:2) Data tentang layanan pelanggan diperoleh berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen dengan indikator pelayanan konsumen, sebagai berikut :

1. Berkomunikasi dengan pelanggan
2. Menangani pesanan

Berdasarkan indikator tentang layanan pelanggan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala Likert, sebagai berikut :

1. Karyawan bakso mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan.
2. Permintaan produk bakso selalu terpenuhi.

### 3.6.3.3 Harga (X3)

Stanton Ratnasari dan Aksa, (2011:62) Indikator dari variabel independen harga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harga dengan manfaat

- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Harga mampu bersaing
- 4) Keterjangkauan harga

Untuk menjaring pendapat responden tentang variabel keputusan pembelian maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam skala likert sebagai berikut:

- 1) Harga bakso yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diharapkan.
- 2) Harga bakso yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.
- 3) Harga bakso H. Sabar Yosowilangun tidak kalah murah dengan bakso yang lain.
- 4) Harga bakso yang ditawarkan terjangkau.

#### 3.6.3.4 Kepuasan konsumen

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:117-118), ada lima factor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas produk atau jasa  
Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan  
Pada industri jasa, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan pelayanan yang di harapkan.
- c. Emosional  
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu.
- d. Harga  
Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, yang ditetapkan pada harga yang lebih murah akan member nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya dan Kemudahan  
Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan sesuatu produk atau jasa, cenderung puas terhadap produk atau jasa ini.

Bedasarkan indikator tentang kepuasan konsumen tersebut maka di susun

kuisisioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- a. Saya puas dengan kualitas dan cita rasa Bakso H. Sabar Yosowilangun.
- b. Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bakso H. Sabar Yosowilangun
- c. Saya lebih memilih membeli bakso H. Sabar Yosowilangun yang memiliki cita rasa lebih nikmat dibandingkan dengan bakso lain dengan harga yang dan kualitas sama.

### 3.7 Instrument penelitian

Menurut (Sugiyono, 2015:148) menyatakan bahwa “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut “variabel penelitian”.

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

**Tabel 3.1**

#### Instrumen Penelitian

| Variabel                          | Indikator Pernyataan                                   | Skala   | Sumber               |
|-----------------------------------|--|---------|----------------------|
| Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) | Produk bakso memiliki cita rasa dan kualitas yang baik | Ordinal | Lupiyoadi (2014:214) |
|                                   | Produk bakso yang rusak akan diganti oleh pdagang.     | Ordinal |                      |
|                                   | Produk bakso memiliki mutu yang terbaik.               | Ordinal |                      |
|                                   | Variasi ukuran bakso sesuai dengan selera konsumen.    | Ordinal |                      |

|                             |  |         |  |
|-----------------------------|--|---------|--|
|                             | Produk bakso mempunyai daya tahan yang lama.   | Ordinal |  |
|                             | Produk bakso di tata dengan rapi dan mudah dijangkau sehingga konsumen tertarik membelinya.  | Ordinal |  |
|                             | Pelayanan optimal diberikan kepada pembeli bakso.  | Ordinal |  |
|                             | Produk bakso teruji kualitas dan cita rasanya dibandingkan produk bakso pesaingnya .   | Ordinal |  |
| Pelayanan (X <sub>2</sub> ) | Karyawan bakso mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan.  | Ordinal | Sunarto (2006:2)                             |
|                             | Permintaan produk bakso selalu terpenuhi.  | Ordinal |  |
| Harga (X <sub>3</sub> )     | Harga bakso yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diharapkan.   | Ordinal | Stanton (1998 dalam Muhammad Yusuf (2011:27) |
|                             | Harga bakso yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk  | Ordinal |  |
|                             | Harga bakso H. Sabar Yosowilangun tidak kalah murah dengan bakso yang lain.  | Ordinal |  |
|                             | Harga bakso yang ditawarkan terjangkau.  | Ordinal |  |
| Kepuasan Konsumen (Y)       | Saya puas dengan kualitas dan cita rasa Bakso H. Sabar Yosowilangun.   | Ordinal | Ratnasari dan Aksa (2011:117-118)            |
|                             | Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bakso H. Sabar Yosowilangun   | Ordinal |  |
|                             | Saya lebih memilih membeli bakso H. Sabar Yosowilangun yang memiliki cita rasa lebih nikmat dibandingkan dengan bakso lain dengan harga yang | Ordinal |  |

|  |                    |  |  |
|--|--------------------|--|--|
|  | dan kualitas sama. |  |  |
|--|--------------------|--|--|



### 3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:428) menyatakan bahwa “teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.”

#### 3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

##### 3.8.1.1 Pengujian Validitas

“Menurut Sunyoto, (2013:132) Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuisioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”.

$$r = \frac{XY}{\sqrt{X^2 \cdot Y^2}}$$

Keterangan:

r = Koefesien Korelasi antara variabel X dan

Y X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

Menurut Sugiyono, (2012:178), Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *cronstuc*. Yang kuat jadi berdasarkan analisis faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik.

### 3.8.1.2 Pengujian Reabilitas

“Menurut Sunyoto, (2013:141)uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator atau variabel dan konstruk. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten”.

“Menurut Nugroho, (2011:33)Pengukuran reabilitas dengan menggunakan metode *alpha cronbach* akan menghasilkan nilai alpha dalam skala 0 – 1, yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas. Nilai masing – masing kelas dan tingkat reabilitasnya seperti terlihat pada table 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      |

### 3.8.1.3 Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisa regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Menurut (Atmaja, 2009:184) menyatakan bahwa asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan linear (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara actual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi  $Y$ . Artinya nilai  $(Y-Y')$  harus sama untuk semua nilai  $Y'$ . Jika hsl ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau  $(Y-Y')$  harus berdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi) pelanggaran terhadap asumsi disebut "autocorrelation" atau otokorelasi. Otokorelasi sering terjadi jika data dikumpulkan pada suatu periode waktu (time series data).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "multicollinearity".

### 3.8.1.4 Pengujian Normalitas Data

Menurut Sunyoto, (2013:145) "Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada pemasaran regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal".

Lupiyoadi dan Iksan (2015:134) "Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik".

### 3.8.1.5 Pengujian Multikolinieritas

Menurut (Umar, 2011:177) "Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi".



Menurut (Umar, 2011:140-141) menyatakan bahwa :

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinearitas, tetapi, sebaliknya yakni adanya kolinearitas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinearitas dapat saja walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Dianjurkan untuk melihat konsisten korelasi parsial. Jika  $R^2$  sangat tinggi tapi masing-masing  $r^2$  parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan. Tetapi dapat saja  $R^2$  tinggi dan masing-masing  $r^2$  juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadi adanya multikolinearitas.

### 3.8.1.6 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut (Umar, 2011:179) Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut (Kuncoro, 2007:96). heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *variant* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Sunyoto, (2013:135) “Analisis regresi berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat”.

Sugiyono, (2012:277) “Analisis regresi ganda di gunakan oleh, peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua).

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

Keterangan:

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

X= variabel independen

X<sub>1</sub> = harga

X<sub>2</sub> = kepuasan konsumen

a = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi variabel independen

e = *error*

### 3.8.2 Pengujian Hipotesis

Menurut (Atmaja, 2009:111) “Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang didasarkan pada bukti sampel dan teori probabilitas yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis adalah pernyataan yang beralasan atau tidak beralasan”.

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel independen (produk, harga, kepuasan) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun secara simultan. Serta manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

#### 3.8.2.1 Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Sunyoto, 2014:119) “uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Adapun kriteria pengujiannya adalah :



**Gambar 3.1 Kriteria Pengujian F**

Sumber : (Sugiyono, 2015:262)

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Pengujian uji F diuji dengan menggunakan SPSS 21. Dalam melakukan estimasi data, digunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% (0.05). Kriteria pengujiannya adalah :

- a. Jika nilai signifikansi  $< \alpha$  maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.
- b. Jika nilai signifikansi  $> \alpha$  maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

Adapun langkah-langkah hipotesis sebagai berikut:

- a.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen
- b.  $H_a$  : Terdapat pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### 3.8.2.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima atau sebaliknya diuji dengan membandingkan nilai t. Apabila  $t_{sig} < \alpha 0.05$  maka variabel bebas tersebut berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Demikian pula sebaliknya, Apabila  $t_{sig} > \alpha 0.05$  maka variabel bebas tersebut tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Adapun langkah-langkah hipotesis sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

$H_a$  : Terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

b. Hipotesis Kedua

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

$H_a$  : Terdapat pengaruh pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

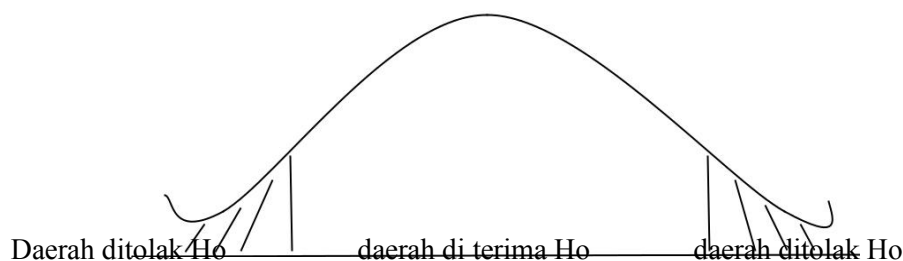
c. Hipotesis Ketiga

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

$H_a$  : Terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

d. Menentukan *level of signifikan* dengan

$\alpha=5\%$  Menentukan kriteria pengujian:



**Gambar 3.2 Kriteria Pengujian t**

Sumber : (Sugiyono, 2015:259)

Jika -  $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika -  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

e. Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

f. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R Square. Menurut Santoso, (2012:355) “Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase”.



