

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat), maka peneliti dapat memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, variasi produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Safina *frozen food*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian, (Sugiyono, 2018).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu semua konsumen yang membeli di Safina *frozen food*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental* sampling. Teknik tersebut digunakan karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang sedang membeli di Safina *frozen food* dan bertemu dengan peneliti pada saat dilakukan penelitian serta bersedia untuk dijadikan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan sebanyak 96 orang konsumen Safina *frozen food*. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan Sugiyono, (2019), penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Cochran.

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu harga, variasi produk dan pelayanan. Serta satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Data yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh harga, variasi produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Safina *frozen food*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda yang terdiri dari uji parsial, uji simultan dan koefisien determinasi.

### **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini dilakukan di Safina *frozen food* Jombang yang menggunakan berbagai macam produk *frozen food*. Sedangkan objek penelitian yang diambil dari penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu harga, variasi produk, pelayanan dan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

### **3.3 Variabel dan Definisi Variabel**

#### **3.3.1 Variabel**

##### **1. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen, (Sugiyono, 2012:33). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.

## 2. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel dependen lainnya, (Sugiyono, 2012:33). Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen sebagai berikut :

### 1. Persepsi Harga

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu, Purnomo, (2017).

### 2. Variasi produk

Variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia, Rahmat, (2019).

### 3. Pelayanan

Pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, Purnomo, (2018).

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan. Definisi operasional variabel meliputi variabel independen dan variabel dependen.

## 1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel dependen lainnya, (Sugiyono, 2012). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga (X1), variasi produk (X2) dan pelayanan (X3).

### 1. Persepsi Harga (X1)

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga (*price*) yang disebut dengan (X1). Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu, Purnomo, (2017) dalam penelitian ini harga adalah nilai tukar uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh produk Safina *frozen food*.

Stanton dalam Sukmawati, (2017) menyatakan beberapa indikator dari Perspsi harga adalah sebagai berikut :

- a. Harga sesuai dengan kualitas produk
- b. Keterjangkauan harga
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

### 2. Variasi Produk (X2)

Variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia dan dutawarkan oleh Safina *frozen food*. Variabel independen yang kedua

digunakan dalam penelitian ini yaitu harga variasi produk yang disebut dengan (X2). Maya Puspa, (2020) menyatakan bahwa indikator-indikator variasi produk yaitu :

- a. Banyaknya variasi produk yang dijual
- b. Variasi kelengkapan produk

### 3. Pelayanan (X3)

Pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan oleh Safina *frozen food* serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, Purnomo, (2018). Variabel independen yang ketiga digunakan dalam penelitian ini yaitu pelayanan yang disebut dengan (X3). Pengukuran variabel kualitas pelayanan mengacu pada indikator dari (Tjiptono, 2004: 70 dalam Rina. S, 2017) meliputi :

- a. Pelayanan karyawan terhadap konsumen
- b. Daya tanggap dalam menghadapi konsumen
- c. Empati akan kebutuhan konsumen
- d. Jaminan akan pelayanan terhadap konsumen
- e. Manfaat fisik dan psikis
- f. Keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat, dan tidak pilih kasih.

### 1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang disebut dengan variabel (Y).

### 1. Kepuasan konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap produk, harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Safina *frozen food* sesuai dengan kenyataan yang diterima. Indikator kepuasan konsumen dari (Tjiptono 2011: 453-454 dalam Rina Sukmawati, 2017) yang meliputi kepuasan konsumen terhadap produk, kinerja karyawan, tingkat frekuensi pembelian, dan perbandingan produk Safina *frozen food* dengan produk dari pihak lain yang sejenis.

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kepuasan konsumen (variabel y)	Kepuasan konsumen terhadap produk Safina <i>frozen food</i>	1. Saya merasa puas terhadap produk yang dijual oleh Safina <i>frozen food</i>
	Kinerja karyawan Safina <i>frozen food</i>	2. Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Safina <i>frozen food</i>
	Tingkat Frekuensi Pembelian	3. Produk <i>frozen food</i> merk Safina <i>frozen food</i> menjadi pilihan utama setiap saya Membeli <i>frozen food</i>
	Perbandingan produk Safina <i>frozen food</i> dengan produk dari pihak lain yang sejenis	4. produk olahan Safina <i>frozen food</i> lebih baik dari segi harga dibandingkan dengan produk lain yang sejenis

Sumber : Maya (2020), Rina (2017),

Lanjutan table 3.1 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Pernyataan
		5. produk olahan Safina <i>frozen food</i> lebih baik dari segi kualitas dibandingkan dengan produk lain yang sejenis
		6. produk olahan Safina <i>frozen food</i> lebih baik dari segi pelayanan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis
Persepsi Harga, variabel x1	Harga sesuai dengan kualitas produk	7. Harga produk Safina <i>frozen food</i> sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
	Keterjangkauan Harga	8. Produk Safina <i>frozen food</i> relatif terjangkau
	Daya Saing Harga	9. Harga produk Safina <i>frozen food</i> kompetitif
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	10. Harga produk sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan
Variasi produk, variabel x2	Banyaknya item pilihan dalam masing masing kategori produk	11. Banyak pilihan varian di Safina <i>frozen food</i>
	Banyaknya item pilihan dalam masing masing kategori produk	12. Produk Safina <i>frozen food</i> yang ditawarkan memiliki banyak pilihan

Sumber : Maya (2020), Rina (2017),

Lanjutan table 3.1 Kisi-kisi Instrumen

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>
	Kualitas Produk	13. kualitas produk di Safina <i>frozen food</i> yang ditawarkan sangat bagus.
Pelayanan Variabel x3	Pelayanan karyawan terhadap konsumen	13. Karyawan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen
	Daya tanggap dalam menghadapi konsumen	14. Daya tanggap yang cepat terhadap konsumen
	Empati akan kebutuhan konsumen	15. Karyawan faham yang dibutuhkan konsumen terkait produk yang di tawarkan
	Jaminan akan pelayanan terhadap konsumen	16. Jaminan dari Safina <i>frozen food</i> terkait dengan pelayanan yang ramah
	Kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat, dan tidak pilih kasih.	17. Kehandalan Safina <i>frozen food</i> pelayanannya cepat dan terpercaya.

Sumber : Maya (2020), Rina (2017),

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, (Chandrarin, 2017). Populasi bukan hanya orang-orang tapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang membeli di Safina *frozen food*. Jumlah populasi yang digunakan yaitu semua konsumen Safina *frozen food*. Sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui oleh peneliti.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2016) Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Teknik tersebut digunakan karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang sedang membeli di Safina *frozen food* dan bertemu dengan peneliti pada saat dilakukan penelitian serta bersedia untuk dijadikan sebagai sumber data. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal 97 konsumen yang datang ke Safina *frozen food*. Menurut (Sugiyono, 2016), untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dapat menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:



Dimana :

n : jumlah sampel yang diperlukan.

Z : tingkat keyakinan digunakan sampel yaitu sebesar 95%.

P : peluang benar 50%

q : peluang salah 50%

e : tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir.

Moe : Margin of Error atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5 * 0,5)}{(0,1)^2} = 96,4$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian adalah 96 responden

### **3.5 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Data dan Sumber Data**

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file, (Maya Puspa, 2020). Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang akan kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data. Data primer yaitu data yang bersumber dari penyebaran kuesioner terhadap konsumen Safina *frozen food*.

### 2. Data Sekunder

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2013). Dapat dikatakan data sekunder merupakan hasil data yang diperoleh selain dari wawancara dan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti selain wawancara dan kuesioner tersebut, yaitu buku, jurnal, internet dan dokumen.

### **3.5.2 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan reliabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Metode Angket atau Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, (Sugiyono, 2015). Metode angket

digunakan dalam penelitian ini karena jumlah responden banyak dan responden dapat membaca dengan baik serta dapat mengungkapkan hal-hal yang bersifat rahasia. Metode angket atau kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai harga, variasi produk, pelayanan dan kepuasan konsumen pada Safina *frozen food*. Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden.

## 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencari data atau informasi melalui media cetak maupun media elektronik. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai teknik pengumpul data pelengkap. Dengan teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data gambaran umum tentang Safina *frozen food*.

### 3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dipergunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif dari hasil pengukuran menggunakan alat ukur. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert agar mempermudah ketika melakukan pengujian terhadap analisa yang digunakan (Sugiyono, 2017).

Skala likert adalah cara perhitungan dengan menghadapkan responden dengan beberapa pertanyaan kemudian diminta untuk menjawab. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5 dengan kategori (Sugiyono, 2017) :

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan		Skor
1	Sangat Setuju (SS)		5
2	Setuju (S)		4
3	Netral (N)		3
4	Tidak Setuju (TS)		2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)		1

Sumber: Sugiyono (2017:137)

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $> 0,3$  dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2017).

Uji validitas dapat menggunakan rumus *pearson product moment*. Rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto, (2016) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \{\sum x\}\{\sum y\}}{N} = \frac{\left[ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right] \left[ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right]}{\sqrt{\left[ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right] \left[ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right]}}$$

Dengan pengertian

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antara x dan y  $r_{xy}$   
 N : Jumlah Subyek  
 X : Skor item  
 Y : Skor total  
 $\sum X$  : Jumlah skor items  
 $\sum Y$  : Jumlah skor total  
 $\sum X^2$  : Jumlah kuadrat skor item  
 $\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat skor total  
 (Arikunto, 2016)

Penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	Corrected Item-Total Correlation	r kritis	Keterangan
1	Persepsi Harga(X1)	0.729	0,3	valid
2		0.609	0,3	valid
3		0.702	0,3	valid
4		0.720	0,3	valid
1	Variasi produk (X2)	0.713	0,3	valid
2		0.658	0,3	valid
1	Pelayanan (X3)	0.923	0,3	valid
2		0.806	0,3	valid
3		0.847	0,3	valid
4		0.923	0,3	valid
5		0.806	0,3	valid
6		0.847	0,3	valid
1	Kepuasan Konsumen (Y)	0.909	0,3	valid
2		0.864	0,3	valid
3		0.419	0,3	valid
4		0.710	0,3	valid
5		0.909	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak.

Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghazali (2018), yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha*  $< 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi *Cronbach Alpha* ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 25. Rumus reliabilitas sebagai berikut :

$$R = \alpha = \frac{n}{n-1} \left( \frac{S - \sum S_i^2}{S} \right)$$

Keterangan :

R = Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

N = Jumlah item

$\alpha$  = Nilai Alpha Cronbach

S = Varians skor keseluruhan

$S_i$  = Varias masing-masing item

Metode alpha Cronbach ( $\alpha$ ) diukur berdasarkan skala alpha Cronbach ( $\alpha$ ) dari 0,00 sampai 1,00. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemandapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
3. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliable

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	0,806	0,6	Reliabel
Variasi Produk (X2)	0,851	0,6	Reliabel
Pelayanan (X3)	0,813	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsmen (Y)	0,810	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga

dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif Berganda

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016:147). Sedangkan menurut Ghazali (2016:19) Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini Analisis Deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat harga, variasi produk, pelayanan dan kepuasan konsumen. Pengukuran yang digunakan adalah nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

Pengukuran variable diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Nilai rata-rata dapat dilihat berdasarkan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Range} = \frac{\text{Nilai Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah Skala}}{\text{Skala}}$$

Skala

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- a.  $1,0 - 1,8 =$  Sangat Buruk
- b.  $1,81 - 2,6 =$  Buruk
- c.  $2,61 - 3,4 =$  Cukup
- d.  $3,41 - 4,2 =$  Baik
- e.  $4,21 - 5,0 =$  Sangat Baik

Sumber: (Ridwan, 2013)

### 3.8.2 Analisis Inferensial

#### 3.8.2.1 Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (dalam Simanjuntak, 2015) analisis regresi berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap kepuasan konsumen, maka menggunakan alat teknik regresi linier berganda yang dimasukkan variabel independen dan variabel dependen ke dalam model persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b	= Koefisien Regresi
X1	= Persepsi Harga
X2	= Variasi Konsumen
X3	= Pelayanan
e	= Standar <i>error</i>

### 3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Model regresi akan menghasilkan penduga yang tidak bias jika memenuhi asumsi klasik, antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *one sample kolmogrov smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0,5 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji menghasilkan nilai signifikan di bawah 5% maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016)

#### 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) Uji Multikolinieritas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi

antar variabel bebas (independen). Apabila terjadi kolerasi yang kuat, maka terdapat masalah multikolonieritas di dalam model regresi dapat diketahui dari nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikansi mempengaruhi variabel dependen dan multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai toleransi dan lawannya nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF yang dapat dilihat dari output SPSS sebagai berikut ini:

- 1) Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolonieritas antar variabel dalam model regresi.

### 3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi yaitu suatu keadaan dimana terjadi korelasi antara residual tahun ini dengan tingkat kesalahan tahun sebelumnya. Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengkaji apakah suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Jika terjadi korelasi maka

dinamakan penyakit autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi (Ghozali, 2016).

Menurut (Ghozali, 2016) cara untuk menguji auto korelasi dapat dilihat dari uji Durbin Waston (DW test) yang hanya digunakan untuk auto korelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada *variable* lagi di antara *variable* independen Untuk menentukan auto korelasi dapat dilihat dalam tabel Durbin Watson sebagai berikut :

Tabel 3.3 Durbin Watson

Durbin Watson	Kesimpulan
$0 < d < dl$	Autokorelasi positif
$dl \leq d \leq du$	Tidak dapat disimpulkan
$du < d < 4 - du$	Tidak ada autokorelasi
$4 - du \leq d \leq 4 - dl$	Tidak dapat disimpulkan
$4 - dl < d < 4$	Autokorelasi negative

Sumber (Ghozali, 2016)

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Pada pengujian Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2012) untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka

dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada di atas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3.8.2.3 Uji Hipotesis

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

Menurut Simanjuntak (2015:58) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%, apabila tingkat signifikansi (Sig t) lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  diterima. Artinya Variabel Independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Variabel Dependen. Sebaliknya jika sig t lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  ditolak. Artinya Variabel Independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen.

#### b. Uji F (Simultan)

Uji F atau simultan yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua [variabel](#) bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Atau untuk menguji apakah model regresi tersebut signifikan atau tidak signifikan. Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%, apabila tingkat signifikansi (Sig t) lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  diterima. Artinya Variabel Independen secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap Variabel Dependen. Sebaliknya jika sig t lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  ditolak. Artinya Variabel Independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen, Ghazali, (2012).

### 3.9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (dalam Simanjuntak, 2015:58-59) mengatakan bahwa Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah dari nol dan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$KD = r^2 \times 100\%$$