

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dikampanye atau medan-medan terjadinya gejala.¹ *Field research* adalah suatu penelitian dimana peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.²

Penelitian ini ditunjukkan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka yang diolah dengan metode statistika.³ Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada sesuatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel

¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 10.

² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 32.

³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 5.

besar.⁴ Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena dilihat dari hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen sebagai akibat dari adanya variabel independen. Dan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto.

B. Sumber Data

Menurut berbagai kamus bahasa Inggris-Indonesia, data diterjemahkan sebagai istilah yang berasal dari kata “datum” yang berarti fakta atau bahan-bahan keterangan. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal yang fakta yang digambarkan dengan angka, simbol, kode dan lain-lain.⁵ Data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data primer

Data primer atau data-data adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari.⁶ Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner (instrument) tersebut

⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 5.

⁵ Suwanto, *Statistik Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), 2.

⁶ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 2004, 91.

adalah para pembeli di Aziz Jaya Resto Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.⁷ Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui studi dokumentasi di Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati dan literatur dengan mempelajari berbagai tulisan dari buku-buku, jurnal-jurnal, dan internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati sebanyak 3616. Jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan

⁷ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 91.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 115

waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *probability sampling* yaitu tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam hal ini tehnik sampelnya menggunakan *simple random sampling*. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.¹⁰ Untuk mengetahui seberapa banyak sampel minimal yang mewakili populasi dari konsumen Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati peneliti mengambil sampel sebanyak 97 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:¹¹

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

Keterangan :

n = Jumlah elemen (anggota sampel)

N = Jumlah elemen (anggota populasi)

e = *Error level* (tingkat kesalahan).¹²

Dengan menggunakan tingkat error (e) sebesar 10 % maka diperoleh jumlah sampel sebanyak :

$$\begin{aligned} n &= \frac{3616}{1+3616(0,1)^2} \\ &= \frac{3616}{1+3616(0,01)} \end{aligned}$$

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 120.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 118-120.

¹¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 158.

¹² Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 100.

$$\begin{array}{r}
 3616 \\
 \hline
 1+36,16 \\
 3616 \\
 \hline
 37,16 \\
 = 97,30
 \end{array}$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 3616 diperoleh ukuran sampel sebesar 97,30 sampel penelitian. Dari hasil tersebut, maka dibulatkan menjadi 97 responden.

D. Tata Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.¹³ Macam-macam variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁴ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

¹³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 2-4.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 39.

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.¹⁵ Definisi operasional mengungkapkan bagaimana menemukan dan mengukur variabel-variabel (kasus) tersebut di dunia nyata atau di lapangan, dengan merumuskan secara pendek dan jelas, serta tidak menimbulkan berbagai tafsiran.¹⁶ Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

No	Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Referensi
1.	Kualitas Produk	Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi	1. Kinerja (Performance) 2. Keistimewaan tambahan (Features) 3. Kehandalan	1. Kinerja (performance) 2. Kehandalan (reliability) 3. Keisti	Ummu Habibah, Sumiati, "Pengaruh Kualitas Produk, dan

¹⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 74.

¹⁶ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Kreatif, 2016), 101.

		<p>dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.</p>	<p>Reabilit (y)</p> <p>4. Kesesuaian (Conformance)</p> <p>5. Daya Tahan (Durability)</p> <p>6. Kemampuan pelayanan (Serviceability)</p> <p>7. Estetika (Aesthetics)</p> <p>8. Kualitas yang dipersepsikan</p>	<p>mewaan (feature)</p> <p>4. Kemampuan pelayanan (serviceability)</p> <p>5. Daya tahan (durability)</p>	<p>Harga Terhadap Keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”, Jurnal Ekonomi & Bisnis 1, n0, 1, 2016, diakses pada tanggal 9</p>
--	--	--	---	--	--

			(Perceived quality)		Februari, 2019, pada pukul 22.24 WIB, http://ummuhabibahjurnalekonomibisnis.com
2.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi (Performance) 2. Fitur (Features) 3. Reliabilitas (Reliability) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan (Durability) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan menjangkau 2. Peralatan kerja dan peralatan pendukung pekerjanya 3. Adanya layanan penga 	Herri Affandi, dkk, “Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada

			<p>lity) 6. Service ability 7. Estetika 8. Persepsi kualitas (Perceived quality)</p>	<p>duan 4. Kesesuaian harga 5. Kecepatan melakukan tindakan 6. Sikap keramahan karyawan</p>	<p>perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara,” 6, no. 3 (2017): 299-300, diakses pada 24 Maret, 2019, http://www.google.co.id/search</p>
--	--	--	---	--	--

3.	Harga	<p>Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilk an biaya</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Tingkat persaingan 3. Kegiatan promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditetapkan 2. Keterj angkaan harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas 4. Daya saing harga 5. Potongan harga 	<p>Albertus Ferry Rosyta Adi, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”, diakses pada tanggal 11 Maret 2019,</p>
----	-------	--	--	--	---

					pada pukul 23.10 WIB, http://jurnal.albertusferry.co.id
4.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas dengan layanan yang didapatkan 2. Rekomendasi kepada orang lain 3. Ketidakiinginan berpindah ke penyedia jasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpegunya harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan untuk mengunakan untuk mengunakan produk 3. Rekomendasi 	Iis Novianti "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada

			lain	<p>kepada pihak lain</p> <p>4. Kualitas layanan</p> <p>5. Loyalty</p> <p>6. Reputasi yang baik</p> <p>7. Lokasi</p>	<p>CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan”</p> <p>, diakses pada tanggal 29 Februari 2019, pada pukul 21.20 WIB,</p> <p>http://jurnalekonomigoo.com</p>
--	--	--	------	---	---

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai

sumber, dan berbagai cara.¹⁷ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pancaindra, jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata. Mendengarkan, mencium, mengecap, dan meraba termasuk salah satu bentuk dari observasi. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan.¹⁸

Peneliti melakukan observasi langsung pada Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati

2. Kuesioner atau Angket

Menurut Hudori Nawawi, angket atau kuesioner adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Pertanyaan yang diajukan dalam angket sebaiknya mengarah kepada permasalahan, tujuan dan hipotesis penelitian. Responden adalah orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang dimuat dalam angket. Mereka diharapkan mengetahui dirinya sendiri, mampu dan bersedia memberikan informasi serta dapat menafsirkan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti.¹⁹

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁰ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 224.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 139.

¹⁹ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 60.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 199.

konsumen mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati).

Data tersebut digunakan untuk mengolah data peneliti sebagai instrument data mentah yang kemudian diolah melalui SPSS. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert. Sedangkan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Untuk metode survei didesain dengan menggunakan skala likert (Likert Scale), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala perbandingan

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 2008

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-

peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan peneliti.²¹ Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi dan data tentang kondisi atau gambaran umum tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto.

Dengan adanya teknik pengumpulan data tersebut maka peneliti akan dapat memecahkan masalah penelitian sekaligus usaha membuktikan hipotesis penelitian.

G. Pengujian Data

1. Uji Validitas Instrumen

Arti validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya.²²

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 0,05.

²¹ Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, 31.

²² Moh. Pabundu Tika, "Metodologi Riset Bisnis", (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 65.

Apabila nilai rhitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.²³

Jika periset menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur. Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, yang dapat diukur dengan berbagai cara.²⁴

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* > $r_{\text{tabel}}(\alpha ; n-2)$
n = jumlah sampel
- c. Nilai Sig. $\leq \alpha$

Dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruksi. Suatu konsep yang akan diriset hendaknya dapat diurai dengan jelas konstruksi atau kerangkanya. Kerangka suatu konsep hendaknya valid.²⁵

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Non Responden

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,724	0,361	Valid
	X1.2	0,590	0,361	Valid
	X1.3	0,621	0,361	Valid
	X1.4	0,490	0,361	Valid
	X1.5	0,547	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,615	0,361	Valid
	X2.2	0,558	0,361	Valid

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Badung: Badan Penerbit Undip, 2002) 135-136.

²⁴ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, 65.

²⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 104.

	X2.3	0,595	0,361	Valid
	X2.4	0,364	0,361	Valid
	X2.5	0,403	0,361	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,512	0,361	Valid
	X3.2	0,444	0,361	Valid
	X3.3	0,419	0,361	Valid
	X3.4	0,706	0,361	Valid
	X3.5	0,629	0,361	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,958	0,361	Valid
	Y2	0,933	0,361	Valid
	Y3	0,813	0,361	Valid
	Y4	0,870	0,361	Valid
	Y5	0,870	0,361	Valid
	Y6	0,957	0,361	Valid
	Y7	0,852	0,361	Valid

Sumber: *Olah Data Primer, 2020*

Maka hasil analisis validitas diatas menunjukkan r_{hitung} untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom diatas lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, amka semua item pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alau ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten²⁶

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan

²⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 113.

adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Teknik *alpha cronbath* ialah teknik atau rumus yang digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala 1-3 dan 1-5, serta 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap.²⁷

Misalkan responden memberikan jawaban sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (ST) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).²⁸

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Jumlah	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	5	0,800	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	5	0,736	0,60	Reliabel

²⁷ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif, Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 90.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 132-133.

Harga (X3)	5	0,764	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	7	0,963	0,60	Reliabel

Sumber: Olah Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel nilai Cronbach's Alfa lebih besar dari 0,06 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Kualitas Produk (X1)*, *Kualitas Pelayanan (X2)*, *harga (X3)*, dan *Kepuasan Konsumen (Y)* adalah *reliabel*.

H. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik pada data yang ada, yang digunakan untuk mengetahui penyebaran data. Dengan melakukan uji asumsi klasik maka peneliti dapat menetapkan apakah penelitian ini menggunakan statistik parametris atau non parametris. Teknik pengujian data yang dipakai adalah uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas yang akan diuji menggunakan aplikasi SPSS.²⁹ Pengujian keempat jenis asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk menetapkan apakah penelitian ini menggunakan parametris atau statistik non parametris.³⁰

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya

²⁹ Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 113.

³⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 180.

korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.³¹

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .³²

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya

³¹ Dwi priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), 103.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 103.

Intercept (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi di antara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H₀ : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)³³

Dengan kriteria:

- a. Jika nilai DW terletak antara bebas atas *upper bound* (*du*) dan (*4-du*), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (*dl*), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar daripada (*4-dl*), maka koefisien autokorelasi lebih kecil lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak diantara atas (*du*) dan batas bawah (*dl*) atau DW terletak antara (*4-du*) dan (*4-dl*), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.³⁴

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.³⁵ Jika varian dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 61.

³⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 108.

³⁵ Dwi priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 108.

Uji heterokedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadi heterokedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar dan estimasi koefisien dapat dikatakan kurang akurat.³⁶

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heterokedastisitas* dalam satu model regresi.³⁷

Pada penelitian ini menggunakan uji heterokedastisitas dengan melihat titik-titik pada *scatterplots* regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplots* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplots* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$). Dasar pengambilan keputusannya adalah.³⁸

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.

³⁶ Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 147-148

³⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 69.

³⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 19-139.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebarkan di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.³⁹

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel independen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

³⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 74.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Kualitas Pelayanan

X₃ : Harga

b₁ : Koefisien regresi variabel kualitas produk

b₂ : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b₃ : Koefisien regresi variabel harga

e : pengganggu (error)⁴⁰

2. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikasi parameter parsial bertujuan untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel. Uji signifikasi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.⁴¹

Langkah-langkah pengujian koefisiens regresi parsial yaitu:

a. Menentukan Hipotesis

Ha : secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 210-211.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 187.

- b. Menentukan Tingkat Signifikansi
Tingkat signifikansi mengandung 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- c. Kriteria Pengujian
 - 1) H_0 diterima jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$.
 - 2) H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{hitung}}$ atau $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$.

3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F atau uji koefisien secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah variabel *kualitas produk*, *kualitas pelayanan* dan *harga* berpengaruh signifikan atau tidak terhadap kepuasan konsumen. pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05.

Langkah-langkah uji F ialah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis
 - 1) $H_0 =$ variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - 2) $H_a =$ variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Menentukan F_{hitung}
- c. Menentukan F_{tabel}
- d. Kriteria pengujian
Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.
- e. Membuat kesimpulan
Jika signfikasi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan jika signfikasi $> 0,05$ maka H_0 diterima.⁴²

⁴² Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.⁴³

Dengan uraian tersebut terlihat bahwa koefisien determinasi R^2 (*R Square*) memiliki kegunaan untuk:

- a. Sebagai ukuran ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibuat dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data hasil obeservasi. Makin besar nilai R^2 , makin bagus garis regresi yang berbentuk. Sebaliknya makin kecil nilai R^2 makin tidak tepat garis regresi tersebut mewakili data hasil obeservasi.
- b. Untuk mengukur besar proporsi (presentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan dari peubah penjelas X terhadap ragam peubah respon Y.⁴⁴

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 97.

⁴⁴ Gunawan, *Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS*,