

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Baskin Robbins cabang Cibubur pada bulan Februari 2023 sampai dengan Agustus 2023, sesuai dengan jadwal yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. jadwal pelaksanaan penelitian

No	Kegiatan	Februari 2023				Maret 2023				April 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■											
2	Pengajuan izin penelitian		■										
3	Persiapan instrumen penelitian			■	■								
4	Pengumpulan data				■								
5	Pengolahan data					■							
6	Analisis dan evaluasi						■	■					
7	Penulisan laporan								■	■			
8	Seminar hasil penelitian										■		

Sumber: Rencana Penelitian(2023)

3.2. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:2) jenis penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:11), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Menurut Silaen (2018: 87) "Populasi merupakan keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti. Populasi

juga disebut universum (universe) yang berarti keseluruhan, dapat berupa benda hidup atau benda mati". Menurut Sugiyono (2018: 117) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Baskin Robbins. Jumlah populasi dalam penelitian yang dilakukan di Baskin Robbins Cabang Cibubur ini yaitu sebanyak 1.665 konsumen yang didapatkan dari data rata-rata konsumen Baskin Robbins cabang Cibubur pada periode September 2022 hingga Februari 2023.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. "Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi."

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d²=Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1.665}{(1.665 \times 0.1)^2 + 1} = 94,33 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian diatas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2017:85). Oleh sebab itu peneliti harus menentukan siapa yang akan dijadikan responden, dan sampel akan diambil secara penentuan yang dipandang sesuai untuk digunakan sebagai sumber data serta memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Responden adalah konsumen yang berusia minimal 17 tahun.
2. Responden adalah konsumen yang memiliki kartu kredit Bank Mega.
3. Responden adalah konsumen yang sudah terbiasa membeli produk Baskin Robbins.
4. Konsumen yang tidak terlihat bingung saat memilih produk yang ditawarkan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suliyanto (2018:154) bahwa data merupakan bahan mentah dari informasi, sedangkan informasi merupakan hasil pengolahan dari data yang menambah pengetahuan bagi penerimanya. Teknik pengumpulan data merupakan dalam penelitian merupakan tahapan yang memerlukan waktu dan biaya yang banyak.

Selanjutnya perlu peneliti sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer yaitu data yang dikumpulkan peneliti dari sumber pertama (Suliyanto, 2018:156). Juga data sekunder yaitu data yang peneliti peroleh secara tidak langsung dari subjek penelitiannya. Adapun beberapa Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi :

1. Angket (*Kuesioner*) adalah pengumpulan data yang dilakukan oleh Peneliti secara tidak langsung bertanya-jawab dengan responden, alat pengumpulan datanya yaitu berupa sebuah daftar pertanyaan berkaitan dengan berbagai hal yang diperlukan oleh peneliti untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan peneliti.
2. Pengamatan (*Observasi*) adalah teknik pengumpulan data yang diakhiri dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran, dengan disertai pengamatan-pencatatan terhadap sesuatu pengamatan. Prinsip teknik

observasi adalah pengamatan dengan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang dilihat. Dalam arti yang luas, observasi pada umumnya tidak terbatas, dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

3.5. Definisi Oprasional Variabel

Definisi variabel operasional adalah panduan berupa petunjuk tentang apa yang harus dipahami dan bagaimana mengukur suatu variabel atau prinsip apa pun. Dengan cara ini penulis akan dapat memahami bagaimana melakukan pengukuran. berkaitan dengan variabel yang dimasukkan ke dalam tanda hubung hipotesis dalam bentuk indikator dalam sautu kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variable bebas (*independent variable*) dan variable terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*idependent variabel*) atau yang biasanya disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variabel*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas Keragaman Produk dan Harga, yang penulis definisikan sebagai berikut.

1. Keragaman Produk (X1)

Menurut Benson dalam Insdrasari (2019:25) menyatakan bahwa keragaman produk adalah ragam produk yang sesuai dengan keinginan pembeli, salah satu indikator dalam keragaman produk adalah sebaga berikut :

- a. Ukuran produk yang beragam.
- b. Jenis produk yang beragam.
- c. Bahan produk yang beragam.
- d. Desain produk yang beragam.
- e. Kualitas produk yang beragam.

2. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Philip Kotler dalam

(Indrasari, 2019:36)

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas.
3. Daya saing harga.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (independent variable). Dalam penelitian ini digunakan Kepuasan Konsumen.

Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi. Daryanto (2019) .

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan
- b. Dimensi kepuasan pelanggan
- c. Konfirmasi harapan
- d. Niat beli ulang
- e. Kesiapan untuk merekomendasikan

Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Keragaman Produk (X1)	Menurut Benson dalam Insdrasari (2019) menyatakan bahwa keragaman produk adalah ragam produk yang sesuai dengan keinginan pembeli,	<ol style="list-style-type: none">1. Ukuran produk yang beragam.2. Jenis produk yang beragam.3. Bahan produk yang beragam.4. Desain produk yang beragam.5. Kualitas produk yang beragam.	Skala Likert
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Philip Kotler dalam (Indrasari, 2019:36)	<ol style="list-style-type: none">1. Keterjangkauan harga.2. Kesesuaian harga dengan kualitas3. Daya saing harga4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	Skala Likert

Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi. Daryanto (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Niat beli ulang 5. Kesiapan untuk merekomendasikan 	Skala Likert
-----------------------	--	---	--------------

Sumber: Penelitian (2023)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk mengungkap permasalahan atau hipotesis sebelumnya mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan. Data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga dapat digunakan untuk menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan jenis uji yang digunakan nantinya. Di akhir bagian kesimpulan akan terlihat jelas bagaimana pengaruh variabel independen dan dependen yang digunakan dalam penelitian ini dibandingkan satu sama lain.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:93). Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 4 (empat) gradasi darisangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Dalam mengumpulkan data angket atau kuesioner, yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Angket yang digunakan tipe angket pilihan yang meminta responden untuk memilih jawaban, satu jawaban yang sudah ditentukan. Untuk alternatif jawaban dalam angket ini ditetapkan skor yang diberikan untuk masing-masing pilihan dengan menggunakan modifikasi skala likert.

Dengan demikian dalam penelitian ini responden dalam menjawab pertanyaan hanya ada 4 kategori diantaranya sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS), dari jawaban di atas memiliki bobot skor dengan rincian sebagai berikut

1. SangatSetuju (Skor 4)
2. Setuju (Skor 3)
3. Tidak Setuju (Skor 2)
4. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, variabel-variabel yang akan diukur dijelaskan menjadi indikator variabel. Selain itu, indikator digunakan sebagai titik awal untuk menyusun alat-alat instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan tersebut akan dibahas kemudian dan diolah sehingga dapat menghasilkan kesimpulan.

Untuk mengetahui tingkat respon responden diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran ini digunakan dalam semua penelitian kuantitatif, untuk melakukan pengolahan data mentah yang akan dikelompokkan sehingga bisa. Diketahui hasil akhir dari degradasi jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju dengan apa yang diusulkan di pernyataan tersebut.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned} \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (4 - 1) / 4 \\ &= 0,75 \end{aligned}$$

Tabel 3.4. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,75	Sangat Tidak Setuju
1,76 – 2,51	Tidak Setuju
2,52 – 3,26	Setuju
3.27 – 4,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

M= Angka penafsiran

F = Frekuensi jawaban

x = Skala nilai

n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3)..... (Xn). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagaiberikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b1...b 3= Koefisien Regresi (Konstanta)

X1,X1 = Keragaman Produk

X2 = Harga

e = Standareerror

Sumber: Sugiyono dan Susanto (2015:303)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan

reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini (Sugiyono 2016:267) menyatakan bahwa:

”Dalam penelitian kuantitatif ada kalanya membutuhkan instrumen berupa kuesioner. Kuesioner yang digunakan biasanya dihitung dalam skala Likert. Untuk menilai apakah instrumen mempunyai validitas yang tinggi atau tidak, maka perlu yang dilakukan uji validitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda) antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Dengan Rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[\sum X^2 - (\sum X)^2][\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas yang dicari

n = Jumlah responden

X = Total skor yang diperoleh dari subjek seluruh item

Y = Total skor yang diperoleh dari subjek seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

ΣXY = Jumlah perkalian skor distribusi X dan Y

Sumber: Sugiyono (2016:267)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science*(SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika rhitung > 0,3.

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, Menurut (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35). reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,6 dapat diterima, Dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i^2$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = *Varianstotal*

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35).

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reliability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliable*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35).

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Product and Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorv-Smirnov Test dengan nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0.05, dan Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residuals* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete*

residual nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka terdapat heteroskedastisitas (Sugiyono dan Susanto 2015:336).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Iqbal (2015:32) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik, yang tidak adanya korelasi diantara variabel bebas. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya VIF (*Variance inflation factor*). Jadi nilai *tolerance* yang rendah disamakan dengan nilai VIF yang tinggi. Sehingga nilai uji *tolerance* $> 0,10$, atau sama dengan nilai VIF < 10 maka uji tersebut tidak terjadi multikolinieritas (Situmorang, et.al.dalam Widayat 2017:36).

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (ujiparsial).

1. Uji Serempak/*Simultant*(UjiF)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

Fhitung= Nilai F yang dihitung

R2 = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber: Sugiyono(2015:297)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0: \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a: \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Keragaman Produk dan Harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Keragaman Produk dan Harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase

sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat.

Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

t hitung = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

b. $H_a: \text{minimal satu } \beta_i \neq 0, \text{ dimana } i = 1, 2, 3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan tabel pada taraf nyata 5% ($0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variabel Keragaman Produk dan Harga secara bersama - sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

b. $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variabel Keragaman Produk dan Harga Keragaman secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.