

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu 2 variabel independen dan variabel dependen. *Variabel independen* (variabel bebas) adalah Harga dan Kualitas Produk.

Objek penelitian yang merupakan *variabel dependen* (variabel tak bebas) adalah Kepuasan Konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung.

Alasan peneliti memilih Hotel Nalendra Bandung adalah karena berdasarkan survei pra penelitian, diperoleh data bahwa Hotel Nalendra Bandung tersebut bermasalah dalam Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah pengunjung yang tidak stabilnya dari bulan ke bulan. Pada penelitian ini, yang dijadikan sebagai responden adalah para konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung.

Chrysanthemum Restaurant adalah restoran yang terdapat pada sebuah Hotel Bintang Tiga di Bandung, yaitu Hotel Nalendra Bandung. Hotel Nalendra Bandung berlokasi di Jl. Cihampelas No. 225-229 Bandung yang sudah didirikan dari tahun 2001 dan telah dikenal luas masyarakat meskipun di usianya yang masih muda.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti perlu menetapkan metode penelitian yang akan dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan. Mohammad Nazir (2003:44) mengemukakan bahwa dengan memilih suatu metode penelitian, maka si peneliti akan mendapatkan panduan tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Mohammad Nazir (2003:54) mengemukakan bahwa, "Metode *deskriptif* adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang". Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk membuat *deskripsi*, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Melalui jenis penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh *deskripsi* masing-masing mengenai tanggapan responden terhadap tingkat Harga, Kualitas Produk dan tingkat kepuasan konsumen Hotel Nalendra Bandung. Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya. Dalam

hal ini penelitian *verifikatif* dilakukan penulis dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut pendapat Malhotra (2005: 196) metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 1999:33).

Terdapat tiga variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain :

- a. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk sebagai variabel bebas (*independent variable*)
- b. Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas (*Dependent Variable/terikat*)

sedangkan Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (*Independent Variable*/bebas). Suharsimi Arikunto (2006:118) mengemukakan bahwa "Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian". Variabel ini sendiri dibuat agar tidak terjadi kesalahan dalam menafsirkan variabel yang ingin diteliti dan juga dapat dijadikan kerangka acuan bagi peneliti untuk mendeskripsikan permasalahan yang hendak diungkap.

Operasionalisasi variabel tersebut dapat dijabarkan dalam table sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teori	Konsep Empirik	Konsep Analitik	Skala
Harga (X1)	Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk/ jasa/ jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki/ menggunakan produk/ jasa (Kotler dan Armstrong 2004:345)	Persepsi konsumen terhadap harga suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen sesuai dengan daya guna/manfaat, daya beli, kualitas produk.	Perolehan data dari konsumen berdasarkan kesesuaian dengan jumlah porsi menu, kemampuan daya beli, perbandingan dengan harga pesaing kualitas produk dan daya guna/manfaat yang diterima.	Ordinal
Kualitas Produk (X2)	Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, melipti daya tahan, keandalan,	Performance	Tampilan Produk	Ordinal
			Kualitas Produk	Ordinal
			Gaya dan Desain Produk	Ordinal
		Fitur Produk	Kualitas Bahan	Ordinal

	ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut lainnya. (Kotler dan Armstrong 2006:354)	(Feature)		
		Standarisasi Produk (Conformance to specification)	Ukuran Produk	Ordinal
		Tingkat Kerusakan Produk (Reliability)	Kerusakan Bahan Makanan	Ordinal
			Tingkat Kematangan	Ordinal
			Kadaluarsa	Ordinal
		Kekuatan Teknis & Ekonomis Produk (Durability)	Daya Tahan Makanan	Ordinal
		Daya Tarik Estetika (Aesthetics)	Desain Penyajian	Ordinal
			Bentuk Penyajian	Ordinal
		Citra & Reputasi Produk (Perceived quality)	Citra Menu Makanan	Ordinal
			Tanggung Jawab Hotel	Ordinal
		Tingkat Pelayanan purna jual (Service ability)	Kecepatan Pelayanan	Ordinal
			Ketepatan Pelayanan	Ordinal
			Penanganan Keluhan Konsumen	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaannya setelah melakukan pembelian atas suatu produk	Perasaan senang/kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara produk	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk: 1. Sangat puas	Ordinal

	tertentu (Philip Kotler 2000:46)	dengan harapan	2. Puas 3. Cukup puas 4. Kurang puas 5. Tidak puas	
--	-------------------------------------	----------------	---	--

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keuntungan tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu *data primer* dan *data sekunder*. Sugiyono (2007:129) mengemukakan bahwa: “*Data primer* adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan *data sekunder* adalah data yang diperoleh dari pihak lain”.

Sedangkan Uma Sekaran (2006:65) mengemukakan bahwa “*Data sekunder* mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir”.

Data primer dan *data sekunder* di atas diperoleh dari sumber data. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan mengajukannya dalam tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
a. Grafik pertumbuhan ekonomi	Data Sekunder	Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan
b. Jumlah pembelian konsumen, daftar menu	Data Primer	Hotel Nalendra Bandung
c. Data atas harga pada <i>Chrysanthemum Restaurant</i>	Data Pimer	Responden <i>Chrysanthemum Restaurant</i>
d. Data atas kualitas produk pada <i>Chrysanthemum Restaurant</i>	Data Primer	Responden <i>Chrysanthemum Restaurant</i>
e. Data atas kepuasan konsumen pada <i>Chrysanthemum Restaurant</i>	Data Primer	Responden <i>Chrysanthemum Restaurant</i>

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

3.2.4.1 Populasi Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya akan selalu berhadapan dengan objek penelitian, baik itu berupa manusia ataupun peristiwa yang terjadi. Objek penelitian ini merupakan kenyataan dimana suatu masalah timbul, sehingga merupakan sumber utama untuk mendapatkan data. Keseluruhan karakteristik objek penelitian ini dinamakan populasi, seperti yang dikemukakan oleh Sudjana (1998 : 6) bahwa, "Populasi adalah totalisan semua nilai yang mungkin, baik hasil nilai maupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif, juga karakteristik tertentu mengenai sekumpulan subjek yang lengkap dan jelas".

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung yang berlokasi di Jl. Cihampelas No. 225-

229 Bandung. Alasan pengambilan populasi sebagai subjek penelitian adalah karena berdasarkan survey pra penelitian, konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung merupakan konsumen yang relatif rutin melakukan pembelian di restoran yang terdapat pada hotel, sehingga memungkinkan subjek mengetahui informasi-informasi relevan dan umum tentang permasalahan. Berikut adalah tabel populasi *Chrysanthemum Restaurant* Hotel Nalendra Bandung :

Tabel 3.3
Jumlah Konsumen *Chrysanthemum Restaurant* Hotel Nalendra Bandung
Bulan Desember 2008

Minggu	Jumlah Konsumen
1	68
2	87
3	144
4	184
Jumlah	483 Orang
Rata-rata	121 Orang

Sumber : *Restaurant Manager* Hotel Nalendra Bandung

3.2.4.2 Sampel Penelitian

Dalam survei, sumber data lazim disebut responden dan dalam penelitian kualitatif disebut informan atau subjek tergantung pada cara pengambilan datanya. Penjelasan yang akurat tentang karakteristik populasi penelitian perlu diberikan agar besarnya sampel dan cara pengambilannya dapat ditentukan secara tepat.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua

yang ada pada populasi, (misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu) maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi itu. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Bila sample tidak representatif, maka resiko yang dihadapi peneliti ialah tidak dapat menyimpulkan sesuai dengan kenyataan atau membuat kesimpulan yang salah.

Menurut Malhotra (2005 : 364) mengatakan bahwa, "Sampel merupakan sekelompok elemen populasi yang terpilih yang berpartisipasi dalam suatu studi". Sedangkan menurut Sugiyono (2004 : 73), "Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka populasi dapat menggunakan sampel dari populasi itu".

Untuk menentukan besarnya sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (Djalaludin Rakhmat, 2000: 49).

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

Dengan :

n = ukuran sampel minimum

N = ukuran populasi

e = kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir. ($e=0,05$).

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan, yaitu:

Diketahui :

$$N = 121$$

$$E = 5\% = 0,05$$

Maka:

$$n = \frac{121}{1+121(0,05^2)}$$

$$n = \frac{121}{1,3025}$$

$$n = 92,90$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh ukuran sampel (n) 100 orang responden

3.2.4.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut Sugiyono (2008 :62) menyatakan bahwa : “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik sampling. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Simple Random*. Hal ini dimana peneliti “mencampur” subjek penelitian di dalam populasi, sehingga semua subjek dianggap sama atau mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini sampel diambil secara acak terhadap populasi konsumen yang datang, atau biasa disebut dengan *Accidental Sampling*. Dimana pengambilan acak dilakukan tidak berdasarkan pada kriteria tertentu melainkan pengambilan acak didasarkan pada konsumen yang datang di *Chrysanthemum Restaurant* Hotel Nalendra Bandung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara ini digunakan untuk mengetahui variabel yang diteliti secara lebih mendalam, yaitu mengenai Harga dan Kualitas Produk yang dilakukan oleh *Chrysanthemum Restaurant* Hotel Nalendra Bandung. Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan manajemen *Chrysanthemum Restaurant* dan manajemen Hotel Nalendra Bandung.

2. Angket (*Quesioner*)

Kuesioner, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung sebagai responden (sampel penelitian). Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan

dengan melingkari masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel (X₁) Harga, variabel (X₂) Kualitas Produk dan variabel (Y) Kepuasan Konsumen.

3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuesioner yang disebar. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus:

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

(Sambas Ali, 2007:31)

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program Microsoft Exel 2007 *for windows*. Hasil pengujian validitas ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Instrumen

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Harga	0.535	0.195	Valid
2		0.461		Valid
3		0.363		Valid
4		0.549		Valid
5		0.590		Valid
6	Kualitas Produk	0.508	0.195	Valid
7		0.215		Valid
8		0.326		Valid
9		0.392		Valid
10		0.258		Valid
11		0.362		Valid
12		0.522		Valid
13		0.217		Valid
14		0.294		Valid
15		0.570		Valid
16	0.603	Valid		
17	Kepuasan Konsumen	0.689	0.195	Valid
18		0.200		Valid

19	0.892	Valid
20	0.857	Valid
21	0.912	Valid
22	0.892	Valid
23	0.648	Valid
24	0.760	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2009

3.2.6.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002).

Asep Hermawan (2006:126) mendefenisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Rumus yang dipergunakan adalah *alpha cronbach* dari Suharsimi Arikunto (2006:196), yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Sambas Ali, 2007:38)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen/ koefisien alfa

k = Banyaknya bulir soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian bulir

σ_t^2 = Varian total

N = Jumlah responden

Sedangkan rumus variannya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

(Sambas Ali, 2007:38)

Keterangan:

σ_t^2 = Varian total

$\sum X$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Setelah diperoleh harga r_i hitung, selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut reliable atau tidak, maka harga tersebut dikonsultasikan dengan r_{table} , dengan taraf kesalahan 5%. Jika r_i hitung lebih besar dari r_{table} untuk taraf kesalahan 5% maupun 1%, maka dapat disimpulkan instrumen kepuasan konsumen tersebut reliable dan dapat digunakan untuk penelitian, perhitungan realibilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program Microsoft Exel 2007 *for windows*.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Harga	0.241	0.195	Reliabel
2	Kualitas Produk	0.423	0.195	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0.969	0.195	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Tahun 2009

3.2.7 Teknik Analisis Data

3.2.7.1 Method of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- 4) Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.

- 5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Low\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.7.2 Analisis Korelasi

Setelah data yang terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti.

Hubungan antara kedua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan X) pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan Y). Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) Nilai koefisien paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika:

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan korelasi

Pearson (Pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation), yaitu:

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

(Sugiyono, 2008:231)

Tabel 3.6
Klasifikasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:231)

3.2.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear ganda. Menurut Sugiono (2006:210): Analisis regresi linear ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi, analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel dependennya minimal 2.

Nilai yang didapat dari analisis regresi linear ganda ini biasanya dalam bentuk persamaan. Persamaan tersebut kemudian dapat menjelaskan bagaimana naik turunnya nilai X dapat mempengaruhi nilai Y. Pada dasarnya hasil akhir dari analisis ini adalah nilai r yang hanya menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Tetapi kemudian dapat dihitung nilai pengaruhnya dengan koefisien determinasi, sehingga bisa menjawab hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y), data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan analisis regresi linier

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

(Sudjana, 1992:347)

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Intersep

b = koefisien arah regresi

X 1= Harga

X 2= Kualitas produk

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu harga (variabel X1) dan kualitas produk (variable X2), sedangkan *variabel dependen* adalah kepuasan konsumen (variabel Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier sederhana untuk seluruh variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi.

Hipotesis yang diajukan yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini .

$$F = \frac{S_{reg}^2}{S_{sis}^2}$$

(Sudjana, 2000:16)

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$, Koefisien arah regresi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

$H_0 : \beta_1 > 0$, Koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produksi dengan kepuasan konsumen .

Signifikansi koefisien korelasi antara variabel X_1 , variabel X_2 dan Y diuji dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{Tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Riduwan, 2007:137)

Keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \infty \leq 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

$H_a : \infty > 0$, Artinya terdapat pengaruh signifikan dan positif antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.