

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Menurut Arikunto (2000:29), objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Sedangkan benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan dipermasalahkan disebut objek (Arikunto, 2000:116) yang menjadi objek penelitian adalah kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap sate di kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Variabel *independent* (variabel bebas) adalah kualitas produk. Objek penelitian yang merupakan variabel *dependent* (variabel terikat) adalah kepuasan konsumen.

Responden pada penelitian ini adalah konsumen pada rumah makan sate di kota Bandung yang sudah penulis data. Dari variabel tersebut maka akan diteliti mengenai analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada lima rumah makan sate klasifikasi C di kota Bandung.

Tabel 3.1 Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Nama Rumah Makan	Alamat
Sate Gino	Jl. Sunda no 76 Bandung
Sate Kardjan	Jl. Pasirkaliki no 32 Bandung
Sate Leman's II	Jl. Lodaya no 45 Bandung
Sate Cilampeni	Jl. Indrayasa no 116 Bandung
Sate Hadori	Jl. Stasiun Timur no 11-12 Bandung

Sumber : Data Hasil Observasi 2012

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif dan verifikatif menurut Arikunto (2006:8) menjelaskan bahwa : “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel /lebih (Independent) tanpa perbandingan / menghubungkan dengan variabel lain”. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber, data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan questioner kepada sampel konsumen sate se-kota Bandung untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*. Pengumpulan data melalui questioner dilakukan langsung dilapangan, penelitian dekriptif ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai objek yang sedang diteliti.

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan sate klasifikasi C di kota Bandung.

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain:

- a. Pengaruh kualitas produk sebagai variabel bebas (*independen variable*).
- b. Kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (*dependen variable*).

Independen variable, variabel ini sering disebut sebagai *variable stimulus*, *predictor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2011:4)

Dependen variable, 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 (Sugiyono, 2011:4). Operasional variabel tersebut dapat dijabarkan pada tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang di terima dan diharapkan. Kotler dan Keller (2008), (dalam Ratnasari 2011:117)	Perasaan senang atau kecewa pada konsumen sebagai hasil perbandingan antara produk dengan harapan. <i>1.Expected</i> (harapan konsumen) <i>2.Perceived</i> (persepsi konsumen atas hasil produk yang diterima)	Data yang diperoleh dari konsumen menggunakan semantik diferensial mengenai: <i>1.Expected</i> a.- tingkat harapan atas penampilan makanan. -tingkat harapan perpaduan warna makanan. b.- tingkat harapan atas penyajian makanan. - tingkat harapan atas kekhasan makanan.	Ordinal

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

			<p>c. - tingkat harapan atas kebersihan pada makanan.</p> <p>- tingkat harapan atas kematangan makanan.</p> <p>d. tingkat harapan atas daya tahan makanan.</p> <p>e. tingkat harapan atas kecepatan penyajian makanan.</p> <p>f. tingkat harapan atas tekstur pada makanan</p> <p>2. <i>Perceived</i></p> <p>a.- tingkat persepsi atas penampilan makanan.</p> <p>-tingkat persepsi perpaduan warna makanan.</p> <p>b.- tingkat persepsi atas</p>	
--	--	--	---	--

			<p>penyajian makanan.</p> <p>- tingkat persepsi atas kekhasan makanan.</p> <p>c. - tingkat persepsi atas kebersihan pada makanan.</p> <p>- tingkat persepsi atas kematangan makanan.</p> <p>d. tingkat persepsi atas daya tahan makanan.</p> <p>e. tingkat persepsi atas kecepatan penyajian makanan.</p> <p>f. tingkat persepsi atas tekstur pada makanan</p>	
<p>Kualitas Produk (X)</p>	<p>Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan</p>	<p>Persepsi konsumen tentang kualitas produk yang terdiri dari:</p>	<p>Data yang diperoleh dari konsumen menggunakan semantic diferensial mengenai:</p> <p>Kinerja:</p>	<p>Ordinal</p>

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	<p>fungsinya, termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain Vincent Gasverzs (1997:35).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Performance</i> (kinerja) - <i>Features</i> (fitur) - <i>Realibility</i> (realibilitas) - <i>Durability</i> (daya tahan) - <i>Servicebility</i> - <i>Estetika</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Penampilan makanan - Perpaduan warna makanan <p>Fitur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penyajian makanan - Kekhasan makanan <p>Realibilitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebersihan makanan - Kematangan makanan <p>Durability:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat daya tahan makanan <p><i>Serviceability:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan penyajian makanan 	
--	--	---	---	--

			Estetika: - Tekstur makanan.	
--	--	--	---------------------------------	--

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan, yaitu :

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dipergunakan untuk memperoleh data secara teoritis dengan mempelajari buku-buku, catatan kuliah dan secara *literature* lain sebagai pedoman dan pembanding masalah yang penulis bahas.

b. Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk mendapatkan suatu data-data yang diperlukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung sehingga diperoleh kebenaran data.

c. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab atau meminta penjelasan langsung dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian.

d. *Kuesioner* (daftar pertanyaan)

Pengajuan *kuesioner* ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan tertulis dalam suatu daftar pertanyaan kepada responden. *Kuesioner* ini menggunakan sistem tertutup, yaitu bentuk pertanyaan yang disertai alternatif jawaban dan responden tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut. Data yang dikumpulkan meliputi :

1. Identitas Responden
2. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

3.5.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006:223). Menurut Sugiyono (2011:61) memberikan pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Didalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen pada rumah makan sate klasifikasi C di kota Bandung dengan pengunjung

rata-rata perhari adalah 100 orang. Dengan populasi sebanyak 750 konsumen perhari terlihat pada tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.3

Jumlah Populasi Penelitian

No	Nama Rumah Makan Sate Klasifikasi C	Jumlah Konsumen Per Hari
1.	Sate Gino	200
2.	Sate Kardjan	100
3.	Sate Leman's II	100
4.	Sate Cilampeni	150
5.	Sate Hadori	200
Σ		750

Sumber : Data hasil penelitian 2012

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik slovin. Menurut Djalaludin (2000:49) (dalam Kusumawati, 2010:74) untuk menentukan besarnya sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan

ukuran populasi dengan kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditorelir atau diinginkan.

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

Sumber: Djalaludin Rahkmat, (2000:49)

Dengan :

n : Ukuran Sampel Minimum

N : Ukuran Populasi

e : Kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Maka diperoleh sampel sebesar:

$$N = 750$$

$$e = 10 \% = 0,1$$

Maka :

$$n = \frac{750}{1 + 750(0,1^2)}$$

$$n = \frac{750}{8,5}$$

$$n = 88,23 \sim 100$$

Berdasarkan penghitungan tersebut maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 88 orang responden, namun akan dibulatkan menjadi 100 responden.

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.5.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:64), Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. *Probability sampling* adalah teknik *sampling* (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dari *probability sampling*, teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*. *Stratified random sampling* digunakan dalam penelitian ini karena rumah makan sate klasifikasi c se-kota Bandung itu mempunyai anggota yang tidak homogen atau berstrata (tidak sama).

3.6 Teknik Pengolahan Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah data dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y). dalam mengolah data ini, prosedur yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Menyusun data, yaitu dengan cara memeriksa lembar jawaban yang telah diisi oleh responden, dalam hal kelengkapan jawaban, untuk menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut untuk diproses lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan skala *Semantik* dengan ukuran ordinal, artinya yaitu diteliti mempunyai lima pilihan jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y).
4. Analisis data, yaitu menentukan kedudukan variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) yang divisualisasikan dalam bentuk “skor ideal” dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Menghitung skor total terendah dan skor tertinggi dari bobot instrument sebagai berikut:

$$\text{Skor terendah} = \text{SR} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

$$\text{Skor tertinggi} = \text{ST} \times \text{JB} \times \text{JR}$$
 Keterangan:

SR = skor terendah

ST = skor tertinggi

JB = jumlah butir pertanyaan

JR = jumlah responden
 - b. Menghitung rentang dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah kemudian hasilnya dibagi lima.

- c. Menentukan ukuran sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.
- d. Membuat parameter untuk criteria sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. (gambar garis kontinum)
- e. Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter di atas untuk memperoleh gambaran variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.2 Pengujian Alat Instrumen Penelitian

Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.6.2.1 Uji Validitas

Didalam penelitian ini digunakan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Misalnya dalam mengukur kepuasan konsumen sate di mata konsumen diukur dalam tiga pernyataan berupa tiap indikator. Untuk mengukur variabel kepuasan

konsumen sate jawaban responden dikatakan valid apabila item-item dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut.

Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *product moment* (Sugiyono, 2011:274):

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(n\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

- 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

Menurut Sugiyono (2011:228) keputusan pengujian validitas item instrument, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti di katakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument.

3.6.2.2 Realibilitas

Realibitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Gozali, 2002).

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Jadi dengan kata lain bahwa Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, bila alat pengukur tersebut digunakan dua kali atau lebih, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten.

Setiap instrument seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, yaitu menghitung koefisien Alpha yang merupakan rata-rata dari koefisien belah dua yang dihitung untuk semua kemungkinan membelah dua item-item *score*, perumusannya adalah sebagai berikut :

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana α = Reliabilitas Instrument
 K = Banyak butir pertanyaan
 σ_t^2 = Varians Total
 $\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

Seperti halnya koefisien validitas, J.P Giliford juga memberikan pedoman untuk koefisien reliabilitas, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.4 Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi	Derajat hubungan
0,00 – 0,20	Derajat keterandalan hampir tidak ada
0,21 -0,40	Derajat keterandalan rendah
0,41 – 0,70	Derajat keterandalan sedang
0,71 – 0,90	Derajat keterandalan tinggi
0,91 – 1,00	Derajat keterandalan tinggi sekali

Keputusan pengujian realibilitas item instrument, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

3.7 Teknik Analisis Data

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis kuantitatif yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif. Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran semantik, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan teknis analisis linear sederhana. Karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel penelitian kualitas produk (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Skala pengukuran semantik yaitu metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar) serta memiliki unsur evaluasi potensi unsur aktivitas. Dalam kerangka skala beda semantik, *skoring* dapat dilakukan dengan menggunakan empiris yaitu meneliti analisis faktor/konvensi, yaitu *skor* ditetapkan sendiri oleh peneliti.

3.7.1 Menentukan Persamaan Regresi Linear Sederhana

Jika kita mempunyai data yang terdiri atas dua atau lebih variabel, adalah sewajarnya untuk mempelajari cara bagaimana variabel-variabel itu berhubungan. Hubungan yang didapat pada umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika yang menyatakan *hubungan fungsional* antara variabel-variabel. Studi yang menyangkut masalah ini dikenal dengan *analisis regresi*.

Untuk mendapatkan Y taksiran, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah skala pengukuran minimal interval, sedangkan pada data asli menggunakan skala

ordinal, sehingga data perlu diangkat dari skala ordinal menjadi interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*. Setelah data diangkat, barulah data dapat kita olah dengan analisis regresi.

Dalam menaksir model taksiran (\hat{Y}) dalam analisis regresi pertama kita harus mencari model taksiran regresi $\hat{Y} = b_0 + b_1X$.

Untuk mempermudah perhitungan dan meminimalisasi kesalahan, maka penulis menggunakan bantuan perhitungan software *SPSS Statistics 17.0*, dapat kita lihat dari Tabel 4 model regresi variabel Y (Kepuasan Konsumen) atas variabel X (Kualitas Produk).

3.7.2 Pengujian Signifikasi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus F sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}} \quad \text{Sumber: Sugiyono, (2011:235)}$$

Keterangan:

R = Nilai koefisien korelasi ganda

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

k = Jumlah variabel independent (bebas)

n = Jumlah anggota sampel

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Taraf kesalahan 10% dengan menggunakan derajat dk = (n-2) serta dilakukan dengan uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. $H_a : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

3.7.3 Pengujian Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial (individu) dari variabel-variabel bebas Kualitas Produk (X) terhadap variabel tak bebas Kepuasan Konsumen (Y). Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan nilai t tabel atau nilai p_{value} sesuai dengan taraf signifikansi yang digunakan.

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variabel* yaitu Kualitas Produk (X) sedangkan variabel terikat atau *variabel dependent* adalah Kepuasan Konsumen (Y). Dengan memperhatikan karakteristik dari setiap variabel yang akan diuji, maka dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji F (simultan).

- $H_0 : \rho = 0$; Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
- $H_1 : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

3.7.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) nilai koefisien korelasi 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 negative (mendekat -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

Dian Patmawati, 2012

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima Rumah Makan Sate Klasifikasi C di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

Menurut Sugiyono (2011:231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0, 00 – 0, 199	Sangat Rendah
0, 20 – 0, 399	Rendah
0, 40 – 0, 599	Sedang
0, 60 – 0, 799	Kuat
0, 80 – 1, 000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2011: 231)

3.7.6 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2011:231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisiensi determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisiensi korelasi (r^2). Koefisiensi ini disebut koefisiensi penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Rumus koefisiensi determinasi (Sugiyono 2011:275):

$$\text{Koefisiensi Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Menurut Sugiyono (2011:231) Koefisiensi determinasi uji r^2 merupakan proporsi atau presentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisiensi regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Koefisiensi determinasi adalah kuadrat koefisiensi korelasi. Koefisiensi determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi sebagai berikut:

$$0 \leq r^2 \leq 1$$

Keterangan:

1. Jika nilai r^2 nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan terikat semakin dekat pula.
2. Jika nilai r^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat tidak mendekati.