BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2007:10), penelitian eksplanasi adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan kedudukan-kedudukan dan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Jadi penelitian ini menguji pengaruh nilai terhadap kepuasan konsumen pria pengguna sepeda motor *matic* Honda.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Menurut Istijanto *dalam* Sunyoto (2012:27), data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab riset secara khusus. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Lampung pengguna sepeda motor *matic* Honda.

3.2.2 Data Skunder

Data skunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan yang lain, hal ini mengandung arti bahwa periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk risetnya (Sunyoto,2012:41). Dalam penelitian ini data skunder diperoleh dengan mengumpulkan data dari artikel, skripsi, jurnal, dokumentasi, maupun *website* yang berhubungan dengan variabel yang dipilih.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini kuesioner dibagikan kepada mahasiswa Universitas Lampung pengguna sepeda motor *matic* Honda di delapan Fakultas yaitu Fakultas Kedokteran (FK), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Fakultas Hukum, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB).

3.4 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan data ordinal. Menurut Ferdinand (2006:220), pengukur data ordinal akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu. Teknik pengukuran menggunakan skala *likert*. Menurut Sidik & Muis *dalam* Sunyoto (2012: 93) skala ini mengukur ordinal karena hanya dapat membuat rangking lebih tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya di dalam nilai skala. Skala *likert* berhubungan suatu alternatif pertanyaan, misalnya dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, baik sampai tidak baik. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala interval berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu. Jawaban setiap item pernyataan yang digunakan mempunyai nilai dari sangat positif sampai sangat negatif yang berupa kata-kata, seperti yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1 : Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sunyoto (2012:93)

3.5 Populasi Dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2006:189), 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. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna sepeda motor *matic* Honda di Bandar Lampung.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:81). Dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Reguler Universitas Lampung pengguna sepeda motor *matic* Honda.

Dalam penelitian ini mengambil sampel mahasiswa Universitas Lampung karena jumlah mahasiswa Universitas Lampung dengan jumlah paling banyak dibandingkan mahasiswa Universitas lain yang ada di Propinsi Lampung.

Berikut adalah jumlah mahasiswa Universitas Lampung :

Tabel 3.2: Jumlah Mahasiswa SI Reguler Universitas Lampung

FAKULTAS	TAHUN				
	2009	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**
FEB	2474	1781	2485	2724	3016
Fakultas Hukum	2577	1853	2631	2189	2491
FKIP	5199	4489	6095	8355	8489
Fakultas Pertanian	2913	2890	3099	3796	4070
Fakultas Teknik	2597	2093	2113	1961	2248
FISIP	2268	2092	2490	2546	2912
Fakultas MIPA	1550	1610	1570	1286	1563
Fakultas Kedokteran	53	127	62	607	672
TOTAL	19631	16935	20545	23464	25461

Sumber : Buku Pidato Rektor Pada Upacara Dies Natalies ke-48 Universitas Lampung Tanggal 23 September 2013

Menurut Rescoe *dalam* Sugiyono (2014:90-91) diperoleh beberapa pedoman umum yang dapat digunakan untuk menentukan besarnya sampel penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independent + dependen), maka jumlah anggota sampel = 10 X 50 = 50.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Dari pedoman pengambilan sampel diatas maka sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\text{jumlah sampel} = (\text{variabel X} + \text{variabel Y}) = (4 + 1) \times 10 = 5 \times 10 = 50 \text{ responden}$$

Untuk mengurangi kesalahan atau *error* saat di lapangan, peneliti menambah sampel 10. Jadi jumlah sampel 60 responden.

Dalam hal ini sampel yang akan diambil dalam setiap fakultas yaitu :

$$\text{Rumus} = \frac{jumlah\ mahasiswa\ tahun\ 2013}{total\ mahasiswa\ tahun\ 2013} \times \text{jumlah sampel} = \text{responden}$$

1. FEB $= \frac{3016}{25461} \times 60 = 7{,}10 \quad = 7$ responden
2. FH $= \frac{2491}{25461} \times 60 = 5{,}87 \quad = 6$ responden
3. FKIP $= \frac{8489}{25461} \times 60 = 20{,}00 = 20$ responden
4. FP $= \frac{4070}{25461} \times 60 = 9{,}59 \quad = 9$ responden
5. FT $= \frac{2248}{25461} \times 60 = 5{,}29 \quad = 5$ responden
6. FISIP $= \frac{2912}{25461} \times 60 = 6{,}86 \quad = 7$ responden
7. F MIPA $= \frac{1563}{25461} \times 60 = 3{,}68 \quad = 4$ responden
8. FK $= \frac{672}{25461} \times 60 = 1{,}58 \quad = 2$ responden

3.6 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan *aksidental sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti akan mengambil sampel sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2014:85). Dalam hal ini kriteria tersebut adalah mahasiswa S1 Reguler Universitas Lampung yang menggunakan sepeda motor *matic* Honda. *Aksidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014:85). Dalam hal ini peneliti akan mengambil sampel secara kebetulan yaitu apabila kebetulan bertemu dengan mahasiswa S1 Reguler Universitas Lampung yang menggunakan sepeda motor *matic* Honda.

3.7 Definisi Konseptual

Menurut Singarimbun dan Effendi *dalam* Setiawati (2012:31), Definisi konseptual merupakan penjelasan mengenai arti konsep. Dimana konsep adalah generalisasi dari sekelompok kejadian atau fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (X_1) : *emotional value* adalah nilai ekonomis dari perasaan pelanggan ketika mereka merasakan pengalaman yang positif setelah menggunakan produk dan jasa perusahaan.
2. Variabel bebas (X_2) : *Social value* adalah manfaat produk atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan dalam mendapatkan pengakuan dan kebanggan sosial.
3. Variabel bebas (X_3) : *Quality*/*Performance value* adalah kualitas hasil fisik dari pengguna suatu produk atau jasa.
4. Variabel bebas (X_4) : *Price/value of maoney* adalah harga yang adil dan biaya-biaya finansial lainnya yang berkaitan dengan mendapatkan produk atau jasa.
5. Variabel terikat (Y) : Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

3.8 Definisi Operasional

Menurut Singarimbun dan Effendi *dalam* Setiawati (2012:32), definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel di ukur. Untuk melihat suatu operasionalisasi suatu variabel tersebut harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud. Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

Tabel: 3.3 Definisi Operasional

Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala pengukuran
Emotional value (X_1)	*emotional value* adalah nilai ekonomis dari perasaan pelanggan ketika mereka merasakan pengalaman yang positif setelah menggunakan produk dan jasa perusahaan.	- Perasaan senang - Produk yang ditawarkan - Pertimbangan terhadap produk - Kenyamanan menggunakan produk - Manfaat dalam menggunakan produk - Menimbulkan keinginan untuk menggunakan	LIKERT
Social value (X_2)	*Social value* adalah manfaat produk atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan dalam mendapatkan pengakuan dan kebanggan sosial.	- Perasaan yang diharapkan konsumen - Persepsi orang terhadap konsumen - Menimbulakan rasa bangga - Menimbulkan kesan yang baik	LIKERT
Quality / performance value (X_3)	*Quality / Performance value* adalah kualitas hasil fisik dari pengguna suatu produk atau jasa.	- Hemat bahan bakar - Mesin awet - Mudah dikendarai - Handal - Stylis - Banyak pilihan warna - Lincah - Tersedianya spare part untuk modifikasi	LIKERT
Price / value of money (X_4)	*Price / value of maoney* adalah harga yang adil dan biaya-biaya finansial lainnya yang berkaitan dengan mendapatkan produk atau jasa.	- Kesesuaian harga dengan produk - Harga jual kembali - Manfaat lebih dari pada uang - Harga terjangkau - Proses / transaksi pembayaran mudah	LIKERT
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.	- Sesuai harapan - Keputusan tepat	LIKERT

3.9 Teknik Pengujian Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, sebuah alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left[n(\sum X^2) - (\sum X)^2 \middle| n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\right]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi suatu butir/item

N = jumlah subyek

X = skor suatu butir/item

Y = skor total

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 20. *For Windows evaluation Version* sebagai berikut:

1. Menyusun Matriks Data Mentah

   Matriks data mentah berisi nilai-nilai data asli dari kuisioner. Matriks ini berukuran m x n (m adalah jumlah responden dan n adalah jumlah variabel).

2. Menyusun Hipotesis

   H_0 = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

   H_1 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

3. Menentukan r_{tabel}

   Dengan melihat table r berdasarkan nilai df dan tingkat signifikasi, maka dapat ditentukam besarnya r_{tabel}.

4. Mencari r_{hitung}

   Nilai r_{hitung} untuk tiap-tiap item dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*.

5. Pengambilan Keputusan

   1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item tersebut valid.

   2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini pengujian validitas dengan cara menguji masing-masing item pernyataan variabel X_1 (*emotional value*), variabel X_2 (*social value*), variabel X_3 (*quality/performance value*), X_4 (*price/value of money*) dan variabel kepuasan konsumen (Y). Validitas instrumen dari 26 pernyataan yang valid dengan data yang terkumpul dari 60 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner.

Berikut adalah hasil uji validitas :

Tabel 3.4 : Hasil uji validitas variabel *emotional value* (X_1)

Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
X1.1	0,598	0,330	Valid
X1.2	0,709	0,330	Valid
X1.3	0,731	0,330	Valid
X1.4	0,627	0,330	Valid
X1.5	0,701	0,330	Valid
X1.6	0,684	0,330	Valid
X1.7	0,761	0,330	Valid

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan data pada tabel 3.4 dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel *emotional value* adalah valid. Hal ini dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesionar dinyatakan valid dan pernyataan dalam variabel *emotional value* dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner.

Tabel 3.5 : Hasil uji validitas variabel *social value* (X_1)

Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
X1.1	0,765	0,330	Valid
X1.2	0,777	0,330	Valid
X1.3	0,722	0,330	Valid
X1.4	0,646	0,330	Valid

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan data pada tabel 3.5 dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel *social value* adalah valid. Hal ini dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesionar dinyatakan valid dan pernyataan dalam variabel *social value* dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner.

Tabel 3.6 : Hasil uji validitas variabel *quality/performance value* (X_1)

Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
X1.1	0,615	0,330	Valid
X1.2	0,770	0,330	Valid
X1.3	0,592	0,330	Valid
X1.4	0,679	0,330	Valid
X1.5	0,668	0,330	Valid
X1.6	0,661	0,330	Valid
X1.7	0,541	0,330	Valid
X1.8	0,567	0.330	Valid

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan data pada tabel 3.6 dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel *quality/performance value* adalah valid. Hal ini dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesionar dinyatakan valid dan pernyataan dalam variabel *quality/performance value* dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner.

Tabel 3.7 : Hasil uji validitas variabel *price/value of money* (X_1)

Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
X1.1	0,535	0,330	Valid
X1.2	0,675	0,330	Valid
X1.3	0,778	0,330	Valid
X1.4	0,716	0,330	Valid
X1.5	0,538	0,330	Valid

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan data pada tabel 3.7 dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel *price/value of money* adalah valid. Hal ini dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner dinyatakan valid dan pernyataan dalam variabel *price/value of money* dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner.

Tabel 3.8 : Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y)

Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Y1.1	0,905	0,330	Valid
Y1.2	0,906	0,330	Valid

Sumber: data diolah, 2015

Berdasarkan data pada tabel 3.8 dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel kepuasan konsumen adalah valid. Hal ini dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner dinyatakan valid dan pernyataan dalam variabel kepuasan konsumen dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

Uji yang dilakukan yaitu dengan menggunakan rumus *alpha conbrach* dan ketentuannya adalah sebagai berikut :

1. Jika *Alpha* > *alpha cronbach*, maka kuesioner penelitian dinyatakan reliabel
2. Jika *alpha* < *alpha cronbach*, maka kuesioner penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2}\right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir/item

V_t^2 = varian total

Menurut Ghozali *dalam* Setiawati (2012:38), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *alpha cronbach* > 0,60. Hal ini mengartikan bahwa apabila nilai *alpha cronbach* lebih kecil dari 0,60 maka dapat dinyatakan penelitian tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini yang menggunakan rumus *alpha cronbach* penulis lakukan dengan bantuan SPSS 20.

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha cronbach* diukur berdasarkan skala *alpha cronbach* 0 sampai 1. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *alpha cronbach* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 3.9 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Emotional value (X_1)	0,830	Reliabel
Sosial value (X_2)	0,820	Reliabel
Quality/performance value (X_3)	0,685	Reliabel
Price/value of money (X_4)	0,790	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0.653	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan tabel 3.9, dapat dilihat bahwa semua variabel dengan nilai alpha diatas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel reliabel.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Gujarati, 2003:102). Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* adalah :

1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso,2000:214).

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pada pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokrelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin Watson.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat grafik scatterplot (Santoso,2000:210). Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas (*Collinearity Statistic*)

Uji multikoliniearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Gujarati, 2003:328). Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi tertanggu. Untuk melihat apakah ada multikolinearitas dalam penelitian ini, maka akan dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Selanjutnya untuk menganalisis apakah ada hubungan variabel, digunakan Analisis Regresi Linear Berganda melalui program SPSS 20. Model analisis regresi menurut Sugiyono (2007:221) sebagai berikut :

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana Ho ditolak). Sebaliknya tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana Ho diterima. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh indikator variabel bebas terhadap variabel terikat dengan formulasi sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

Dimana:

Y : kepuasan konsumen

X_1 : *emotional value*

X_2 : *social value*

X_3 : *quality / performance value*

X_4 : *price / value of money*

a : konstanta

b : parameter yang dicari

3.11 Uji Hipotesis

Untuk melakukan pembuktian hipotesis tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik, sebagai berikut:

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan konstanta dari setiap variabel independen. Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : koefisien regresi tidak signifikan

Ha : koefisien regresi signifikan

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5% dengan df=(n-k-l). dasar pengambilan keputusanya yaitu :

a. Jika thitung < t tabel maka H_0 diterima dan Ha ditolak

   Jika thitung > t tabel maka H_0 ditolak dan Ha diterima

b. Jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima dan Ha ditolak

Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak dan Ha diterima.

Adapun rumus untuk t_{hitung} (Sugiyono, 2014:184) sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = statistik t dengan derajat bebas n-1

n = banyaknya observasi atau pengamatan

r^2 = koefisien korelasi ganda

2. Uji R^2

Langkah awal yang ditemukan pada analisis regresi adalah koefisien korelasi yang menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel dependen dengan variabel independennya. Uji R^2 (koefisien determinasi) digunakan untuk menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Nurgiyantoro, 2000:264).

Jika R^2 semakin besar (mendekati satu) maka pengaruh variabel bebas adalah besar terhadap variabel terikat. Sedangkan, jika R^2 kecil maka pengaruhvariabel bebas terhadap variabel terikat sangat kecil.

Adapun rumus R^2 sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\sum(Y^* - \tilde{Y})^2 /k}{\sum(Y - \tilde{Y})^2 /k} = \frac{jumlah\ kuadrat_{\ regresi}}{jumlah\ kuadrat_{\ total}}$$

Keterangan:

Y = Nilai pengamatan

Y^* = Nilai Y yang ditaksir dengan model regresi

Y = Nilai rata-rata pengamatan

k = jumlah variabel independen

3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5% bebas pembilang df1=(k-l) dan derajat bebas penyebut df2=(n-k), k merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan n merupakan jumlah pengamatan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu :

Kriteria Uji F :

- Jika F hitung < Ftabel maka H_0 diterima dan Ha di tolak.
- Jika F hitung > F tabel maka H_0 ditolak dan Ha diterima
- Jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima dan Ha ditolak.
- Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak dan Ha diterima.

Adapun Rumus F_{hitung} (Sugiyono, 2014:192) sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Koefesien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel