

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya secara umum memakai analisis statistic. Dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang minati menjadi penting. Sehingga pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian Kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.¹

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan kegiatan atau memberikan suatu op erasional yang diperlukan untuk variabel tersebut.² Adapun definisi variabel dalam penelitian ini yaitu :

¹Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37

² Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014), 110

1. Variabel Bebas (X) Kualitas Produk

Variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebasnya yaitu Kualitas Produk . Kualitas Produk adalah seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Table 3.1
Indikator Independen Kualitas Produk³

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikaor
Kualitas Produk	Warna	1. Warna makanan sesuai dengan prodak yang disajikan 2. Warna makanan menambah selera makan
	Penampilan	Tampilan makanan menarik
	Porsi	Porsi makanan sesuai dengan keinginan/kebutuhan
	Bentuk	Bentuk makanan disajikan dengan bervariasi Potongan bahan makanan
	Temperature	Temperature makanan sesuai dengan jenis prodak yang disajikan.
	Tekstur	Tekstur makanan yang disajikan sesuai dengan tampilan visual
	Aroma	1. Aroma makanan beraroma sedap 2. Aroma makanan menambah selera makan

³ Kotler dan Mastrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* , 25

	Tingkat Kematangan	Tingkat kematangan sesuai dengan jenis makanan yang disajikan
	Rasa	1. Rasa makanan sesuai dengan tampilan visual 2. Rasa makanan memiliki ciri khas

Sumber : Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Ofset, Edisi Pertama, 2007)

3. Variabel terikat (Y) Kepuasan Konsumen

Variabel Terikat atau dependen yaitu variabel yang dipengaruhi variabel oleh variabel independen. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Table 3.2
Indikator Independen Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian harapan	1. Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen 2. Bahan baku yang digunakan sesuai dengan harapan. 3. Saya merasa tepat memilih makan ditempat ini 4. Proses pengolahan makanan dikerjakan dengan cepat 5. Secara visual penyajian makanan rumah makan menarik
	Minat berkunjung kembali	1. Berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang

		<p>dihidangkan memuaskan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Berminat berkunjung kembali karena makanan hangat dan fresh. 3. Berminat berkunjung kembali karena porsi makanan yang disajikan sesuai dengan kebutuhan . 4. Berminat berkunjung kemabali karena memiliki rasa yang khas yaitu makanan jawa 5. Berminat berkunjung kembali karena menyediakan berbagai variasi menu makanan.
	Kesediaan merekomendasikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak. 2. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena bahan baku yang digunakan segar. 3. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena porsi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan. 4. Merekomendasikan rumah makan ini kepada teman karena menyediakan berbagai variasi menu makanan

		5. Saya berniat mengatakan hal yang baik, ketika berbicara dengan orang lain tentang rumah makan ini
--	--	--

Sumber : Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Jakarta; Indeks,2001)

C. Lokasi penelitian

Lokasi Objek Penelitian Adalah Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Kediri Ruko Brawijaya 1 D-4

D. Populasi,Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Populasi juga dapat diartikan sebagai suatu kumpulan dari semua kemungkinan orang – orang, benda – benda, atau ukuran ketertarikan dari suatu hal yang menjadi perhatian.⁴ Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian, yaitu konsumen yang melakukan pembelian di RM Ayam Bakar Wong Solo Cabang Kediri dengan jumlah 2.400 orang dalam satu bulan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul

⁴Zuraidah, Statistika Diskriptif (Kediri : Stain Kediri Press,2011) 26

⁵ Arikanto, *Prosedur penelitian*, (Jakarta : Rajawali,2002), 117

representatif (mewakili). Untuk menentukan sample dalam penelitian dapat menggunakan teknik sampling. Metode pengambilan sample yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) yaitu sample yang diambil secara acak di dalam populasi semua objek dianggap sama, dengan demikian maka peneliti memberi kesempatan yang sama kepada setiap objek untuk menjadi sample. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Kediri.

Untuk mengetahui ukuran sampel Representative dalam sebuah populasi, maka sampel dapat dihitung berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:⁶

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah populasi

e = Prakiraan jumlah kesalahan, 0,1 % atau 10 %²

maka :

$$n = \frac{2.400}{1 + 2.400(0,10)} = 96$$

berdasarkan hasil perhitungan diatas, sample minimum yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Jadi peneliti menggunakan 96 sample.

E. Data dan Sumber Data Variabel

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilanya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dilapangan oleh peneliti.⁷ Data primer pada penelitian ini yaitu berasal dari kuisioner yang telah disebar, sehingga peneliti berhubungan secara langsung pada subjek dan obyek penelitian.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁸ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti instansi penelitian maupun dari laporan – laporan, buku – buku, literature atau profil yang lain.

F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode kuisioner (Angket), merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

⁷ Misbahudin dan Iqbal, Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013),21

⁸ Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Jakarta : UPFE UMY,2003), 61

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁹ Dalam penelitian ini angket (kuiseoner) diberikan pada konsumen Ayam Bakar wong Solo Cabang Kediri. Untuk menggali data tentang pengaruh Kulaitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini data yang diperoleh dari angket (Kuisoner) berupa butir pertanyaan mengenai variabel (X) Kualitas Produk dan (Y) kepuasan konsumen.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrument penelitian ini dapat dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reliabilitas harus diperhatikan sungguh – sungguh.¹⁰ Jumlah instrument penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrument berupa kuisoner angket yaitu lembaran pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab responden. Angket ini sebagai alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen. Pengujian validitas dan realibilitas digunakan sebelum pengambilan data terhadap daftar pernyataan atau pertanyaan.

1. Uji Validitas

Tujuan dari validitas adalah untuk mengukur valid atau tidaknya item pertanyaan. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur

⁹ Sugiyono, *Metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta.2013),142

¹⁰ W. Gulo, *Metedologi Penelitian* (Jakarta : Grafindo,2000) hlm 123

mampu apa yang diukur.¹¹ Untuk mengukur valid atau tidaknya disetiap butir item maka dengan menggunakan rumus validitas teknik korelasi pearsoan product moment¹²

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson product moment

x = Skor setiap pertanyaan/item

y = Skor total

n = Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ketepatan atau tingkat presisi suatu pengukuran atau alat ukur.¹³ Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.¹⁴ Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.¹⁵

Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah:

- a. Jika nilai_{hitung} lebih besar dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka angket dinyatakan reliabel.

¹¹Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS V LISREL, Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat),35

¹²Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta : Kencana Prenadana Media Groub,2007),136

¹³Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 117

¹⁴Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 202

¹⁵Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

- b. Jika nilai_{hitung} lebih kecil dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka angket dinyatakan tidak reliabel.

G. Analisis Data

Metode ini yang digunakan setelah data diperoleh, terkumpul, dan tersusun secara obyektif dengan analisis melalui statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. *Editing* (membersihkan data)

Sebelum data kuisioner dari responden diolah perlu dibaca sekali lagi dan diperbaiki, jika di sana-sini masih terdapat hal yang salah atau meragukan. Kerja memperbaiki data serta menghilangkan keraguan data dinamakan mengedit (*Editing*).¹⁶Tujuannya untuk memeriksa kembali jawaban dari responden karena tidak semua jawaban yang di isi responden itu benar.

2. *Coding* dan *Categorizing* (mengodekan dan pengkategorian)

Data yang dikumpulkan data berupa angka, kalimat pendek, untuk memudahkan analisis, maka jawaban tersebut perlu diberi kode dan pengkategorian. Kode adalah informasi bahwa data tersebut akan dianalisis membuat bentuk angka atau huruf. Sedangkan pengkategorian adalah mengolongkan data di daftar pertanyaan atau pernyataan dalam variabel masing-masing. Pada penelitian ini yang variabel-variabel yang terkait sebagai berikut:

- a. Variabel pertama yaitu Kualitas Produk(X)

¹⁶Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 304-305

b. Variabel kedua yaitu Kepuasan Konsumen(Y)

3. *Scoring* atau Memberi Skor

Scoring adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subyekdan pada tiap pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat baik : skor 5
- b. Jawaban Baik : skor 4
- c. Jawaban Cukup Baik : skor 3
- d. Jawaban Tidak Baik : skor 2
- e. Jawaban Sangat tidak Baik : skor 1

4. *Tabulasi*(Penyusunan tabel)

Membuat tabel berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban yang sama dari angket dikelompokkan dengan teratur dan teliti setelah itu dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak item yang dan termasuk dalam satu kategori.

5. *Processing*

Processing adalah proses menghitung, mengolah dan menganalisis data dengan statistik. Pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 20 (*Statistical Product and Service Solution*) menggunakan analisis statistik. Metode ini untuk menganalisis data yang terkumpul secara urut sehingga diperoleh data yang obyektif melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis ada tidak atau seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.¹⁷ Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewnes ataupun nilai kurtosis. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol)¹⁸ ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.¹⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu

¹⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011),160

¹⁸ Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

¹⁹Ibid, 250.

pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik scatter plot. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot*:

- 1) Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah model regresi terjadi korelasi antara periode t dengan periode *cros section* sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi maka diidentifikasi terjadi masalah autokorelasi. Gejala autokorelasi menyebabkan hasil regresi tidak efisien karena varian atau standart *error of estimate* tidak menjadikan tes signifikan tidak akurat, namun hasil regresi tetap tidak bisa. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Jika DW lebih kecil dari dl atau lebih besar dari (4-dl) maka H0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika DW terletak antara du dan (4-du), maka H0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara dl dan du atau antara (4-du) dan (4-dl), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, adapun rumusnya:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = Konstanta

langkah membuat persamaan regresi linier sederhana:

- a. Membuat tabel penolong
- b. Mencari nilai konstanta a dan konstanta b

Rumus:²⁰

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

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

²⁰Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66

c. Membuat persamaan regresi dengan rumus :

$$Y = a + bx$$

e. Analisis Korelasi sederhana

Analisis Korelasi Pearson Product Moment adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) yaitu *Kualitas Produk* dengan variabel tidak bebas (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dan data terbentuk interval dan rasio. Analisis hubungan (korelasi) yaitu suatu bentuk analisis bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan diantara dua variabel atau lebih dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat).²¹

Rumus untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut:²²

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

keterangan :

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$ = Total Jumlah dari Variabel X (Kualitas Produk)

$\sum y$ = Total Jumlah dari Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

²¹ Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 187.

²² Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, 136.

f. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.²³ Uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

Ho : Kualitas Produk secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Ha : Kualitas Produk secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standart yang sering digunakan dalam penelitian).

3) Menentukan t hitung

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Dimana:

b= koefisien regresi

sb= standart error of regression.²⁴

²³ Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), 62

²⁴Ibid, 64

4) T_{tabel} terdistribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (diuji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $96-1-1=94$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5) Kriteria pengujian

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$ jadi H_0 diterima

$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$ jadi H_0 ditolak²⁵

g. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui kesesuaian data dengan model regresi. Langkah-langkah pengujian:

1) Menentukan hipotesis nihil dan alternative

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen .

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen .

2) *Level of significant* $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1) : $k-1$ dan derajat kebebasan (dk2) : $n-k$

Derajat kebebasan (dk) : $n-k$

F tabel = $\alpha = 0,05$; (dk1) ; (dk2)

3) Kriteria dan aturan pengujian

H_0 diterima apabila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak apabila $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$

²⁵ Wiratna Sujarweni, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS & Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, 67

4) Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.²⁶

h. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kudrat dari koefisien korelasi (r^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.²⁷ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X (Kualitas Produk) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Kepuasan Konsumen).

$$\text{Rumus: } R = r^2 \times 100\%$$

²⁶ Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193

²⁷ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, 79