

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMEN DI PT CITRA SUBLINDO ADITAMA**

SKRIPSI



Oleh
Vivian Kwok
180910107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMEN DI PT CITRA SUBLINDO ADITAMA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Vivian Kwok
180910107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Vivian Kwok
NPM : 180910107
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DI PT CITRA SUBLINDO ADITAMA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 22 Januari 2022



Vivian Kwok

180910107

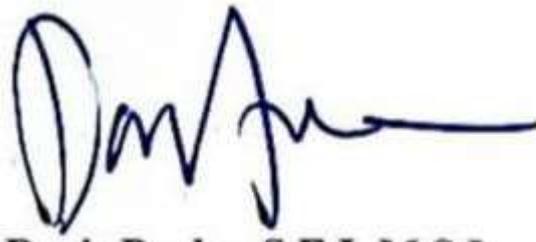
**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMEN DI PT CITRA SUBLINDO ADITAMA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Vivian Kwok
180910107**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Batam, 22 Januari 2022**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Daris Purba', is written over a horizontal dashed line.

**Daris Purba, S.E.I, M.S.I.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dalam menjalankan suatu bisnis yang sangat penting dan dibutuhkan bagi para perusahaan yaitu para konsumen. Karena dengan adanya konsumen maka kegiatan perusahaan pun dapat berjalan, tetapi hal tersebut akan lebih bertahan lama apabila perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen yang telah membeli produk tersebut akan merasa puas. Perusahaan yang mampu menjaga kepuasan konsumen dan kualitas produk dengan baik hal tersebut sangat menguntungkan dalam persaingan antar perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen pada PT Citra Sublindo Aditama. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah para konsumen dari PT Citra Sublindo Aditama yang berjumlah 150 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner atau metode kuantitatif yang kemudian hasil responden diolah melalui *Software SPSS* versi 25. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan secara positif antara kepuasan konsumen terhadap kepercayaan konsumen, 2) terdapat pengaruh yang signifikan secara positif antara kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen dan 3) terdapat pengaruh yang signifikan secara positif antara kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen; Kualitas Produk; Kepercayaan Konsumen.

ABSTRACT

In running a business that is very important and needed for companies, namely consumers. Because with the presence of consumers, activities can also run, but these will last longer if they can be matched and matched by the regional desires of telebut consumers. Companies that are able to maintain customer satisfaction and product quality are very profitable in the competition between companies. The purpose of this research is to know The Effect of Consumer Satisfaction and Product Quality on Consumer Trust in PT Citra Sublindo Aditama. The population and samples used in this research are consumers from PT Citra Sublindo Aditama, totaling 150 people. The sampling technique used was saturated sampling technique. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires or quantitative methods which then the results obtained by respondents through SPSS software version 25. The data analysis method used was multiple linear regression analysis. The results of this study show that 1) There is a significant to positive effect between consumer satisfaction on consumer trust, 2) There is a significant to positive effect between product quality on consumer trust and 3) There is a significant to positive effect between consumer satisfaction and product quality against consumer trust.

Keywords: *Consumer Satisfaction; Consumer Trust; Product Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Daris Purba, S.E.I, M.S.I. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dr. Yvonne Wangdra, B.Com., M.Com. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Putera Batam.
6. Dr. Realize, S.Kom. M.SI. selaku Ketua Pusat Jaminan Mutu Universitas Putera Batam;
7. Syaifullah, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik;
8. Seluruh dosen Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan;
9. Seluruh pemimpin dan karyawan PT Citra Sublindo Aditama di Batam yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan seluruh konsumen yang bersedia menjadi responden.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, amin.

Batam, 22 Januari 2022

Vivian Kwok



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Toeri	8
2.1.1 Pengertian Produk	8
2.1.2 Kepuasan Konsumen	9
2.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen	10
2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.5 Indikator Kualitas Produk	12
2.1.6 Kepercayaan Konsumen	12
2.1.7 Indikator Kepercayaan Konsumen	13
2.2 Peneliti Terdahulu	14
2.3 Kerangka Berpikir	15
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Sifat Penelitian	18
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	18
3.3.1 Lokasi Penelitian	18
3.3.2 Periode Penelitian	18
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.4.1 Populasi	19
3.4.2 Sampel	19
3.5 Sumber Data	20
3.6 Metode Pengumpulan Data	20
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	21

3.7.1	Variabel Bebas (Independen)	22
3.7.2	Variabel Terikat (Dependen)	22
3.8	Metode Analisis Data	23
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	23
3.8.2	Uji Kualitas Data	24
3.8.2.1	Uji Validitas Data	24
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	24
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	24
3.8.3.1	Uji Normalitas	25
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	25
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	25
3.8.4	Uji Pengaruh	26
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	26
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	26
3.9	Uji Hipotesis	26
3.9.1	Uji t (Parsial)	27
3.9.2	Uji f (Simultan)	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	29
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	30
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	30
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	31
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (X1)	31
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	33
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen (Y)	34
4.4	Analisis Data	35
4.4.1	Uji Kualitas Data	35
4.4.1.1	Uji Validitas Data	35
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	36
4.4.2	Uji Pengaruh	37
4.4.2.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	37
4.4.2.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	39
4.4.3.1	Uji Normalitas	39
4.4.3.2	Uji Multikolinearitas	41
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	42
4.5	Pengujian Hipotesis	43
4.6.1	Uji T (Uji Parsial)	43
4.6.2	Uji F (Uji Simultan)	44
4.6	Pembahasan	45
4.7.1	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen di PT Citra Sublindo Aditama	45
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen di PT Citra Sublindo Aditama	46

4.7.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen di PT Citra Sublindo Aditama	46
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	52
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	52
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	83
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tingkat Penjualan PT Citra Sublindo Aditama	2
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Logo PT Citra Sublindo Aditama	28
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	39
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)	40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	19
Tabel 3.2 Skala Tanggapan Responden	21
Tabel 3.3 Variabel Bebas (Independen)	22
Tabel 3.4 Variabel Terikat (Dependen).....	23
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	30
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	31
Tabel 4.6 Hasil Pernyataan Variabel X1	32
Tabel 4.7 Hasil Pernyataan Variabel X2	33
Tabel 4.8 Hasil Pernyataan Variabel Y	33
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	33
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	33
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test</i>	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.16 Hasil Uji T	43
Tabel 4.17 Hasil Uji F	44

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	26



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menjalankan suatu bisnis tentu perusahaan membutuhkan konsumen atau pembeli dengan tujuan agar kegiatan operasional perusahaan bisa tetap berjalan seperti terjadi transaksi jual beli terhadap barang yang di produksi. Perkembangan bisnis di Kota Batam pada saat ini semakin berkembang pesat sehingga persaingan antar perusahaan pun semakin ketat juga yang membuat para perusahaan – perusahaan tersebut harus memiliki kebijakan dan keunggulan tersendiri dalam menghadapi persaingan dan memberi keuntungan bagi para konsumen. Salah satu upaya yang harus dilakukan perusahaan yaitu wajib memperluas pemasaran untuk menarik perhatian para konsumen. Bagi seorang pemasar harus dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dengan tujuan agar dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga dapat menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

PT Citra Sublindo Aditama adalah perusahaan stainless steel yang terletak di Kota Batam. Perusahaan tersebut beralamat di Komplek Citra Buana Centre Park 1 Blok A No.10A, Kampung Pelita Kota Batam, Kepulauan Riau. PT Citra Sublindo Aditama berdiri pada tahun 2021. Kegiatan pada perusahaan tersebut merupakan pembuatan barang – barang yang terbuat dari stainless steel. PT Citra Sublindo Aditama menjual produk ke berbagai PT maupun Toko dan juga menjual

produk langsung kepada konsumen. Produk yang dijual oleh PT Citra Sublindo Aditama yaitu Stainless Steel Plate jenis SS 304 atau SS 316 dan besi jenis Mild Steel dan Galvanis. Pada umumnya jenis – jenis produk pada stainless steel memiliki kode seperti 304, 316, 201, 416 dan banyak lagi, arti kode tersebut merupakan bagaimana kualitas bahan dari stainless itu tersendiri.

Dalam memasarkan produknya PT Citra Sublindo Aditama sangat memerhatikan kepuasan konsumen dan kualitas produk yang dihasilkan. Tetapi berdasarkan observasi peneliti mengenai kualitas produk yang ada di PT Citra Sublindo Aditama masih terdapat konsumen yang tidak puas akan hasil produk yang diterima sehingga menyebabkan penurunan pembelian produk yang dimana juga menyebabkan tingkat kepercayaan konsumen menurun. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.1 Tingkat Penjualan PT Citra Sublindo Aditama

Sumber: PT Citra Sublindo Aditama

Dapat dilihat pada gambar 1.1 penjualan produk PT Citra Sublindo Aditama dalam 4 bulan awal tahun 2021, pada bulan januari sebanyak 150 produk yang terjual, kemudian terjadi peningkatan drastis pada bulan february yaitu sebanyak 245 produk lalu terjadi penurunan penjualan pada bulan maret sebanyak 200 produk dan terakhir pada bulan april penurunan sehingga 170 produk saja yang terjual. Dengan tidak puasnya konsumen terhadap produk yang dibeli maka dapat menimbulkan penurunan rasa kepercayaan terhadap perusahaan tersebut.

Masalah penurunan penjualan yang terjadi pada PT Citra Sublindo Aditama tersebut dikarenakan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk yang diterimanya hal tersebut dapat terjadi karena ketidaktepatan pada saat pengecekan produksi. Dalam penelitian oleh Setyo menjelaskan bahwa kepuasan juga dapat diartikan adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen (Setyo, 2017). Hal ini dapat dijaga dengan cara perusahaan selalu menjaga kualitas produk yang dihasilkan agar konsumen puas dengan hasil produksinya.

Dengan adanya sikap perusahaan dalam menjaga hasil kualitas produk maka hal ini dapat meningkatkan tingkat pembelian yang dilakukan oleh konsumen sehingga keuntungan yang didapatkan juga meningkat. Apabila perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian serta dapat menganalisis konsumen dalam menyiapkan kualitas produk dalam persaingan perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan menguntungkan bagi perusahaan.

Prinsip dalam kualitas produk atau jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, juga ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan mulai dari kinerja, kehandalan, keistimewaan pada produk tersebut, kemampuan pelayanan maupun daya tahan. Pada umumnya kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen merasa puas yang berdampak pada tingkat loyalitas konsumen terhadap produk yang dibeli dan meningkatkan profit untuk perusahaan.

Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan yang dimiliki pelanggan terhadap suatu produk atau penyedia barang dan jasa tersebut dapat diandalkan dan dipercaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kunci dalam sebuah hubungan antar perusahaan dengan konsumen agar dapat terjalin dalam jangka panjang adalah kepercayaan.

Dalam menjaga kelayakan konsumen, perusahaan harus mengandalkan hal lain yang lebih tidak sekedar dari kepuasan konsumen, bahwa kepercayaan merupakan kunci penting dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk membangun loyalitas pelanggan yang tinggi. Agar dapat mendapatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan, perusahaan harus dapat menghasilkan produk dengan kualitas terbaik dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, karena konsumen akan merasa sangat istimewa dengan pelayanan terbaik yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Berikut latar belakang yang penulis sampaikan, karena itu penulis tertarik dengan membuat proposal yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen dan**

Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen di PT Citra Sublindo Aditama”

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya keinginan membeli konsumen terhadap produk yang dijual dikarenakan kualitas produk yang tidak sesuai ekspektasi.
2. Kurangnya niat usaha perusahaan dalam mengecek dan menangani proses produksi suatu produk.
3. Adanya usaha agar meningkatnya tanggapan positif dari konsumen terhadap perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, adapun suatu hal – hal yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen pada suatu produk. Sadar akan kondisi tersebut, terutama sesuai dengan kaidah keilmuan, karena itu permasalahan penelitian tersebut dibatasi hanya pada variabel yang diteliti yaitu pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat diidentifikasi masalah – masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap kepercayaan konsumen pada produk PT Citra Sublindo Aditama ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap kepercayaan konsumen terhadap pada PT Citra Sublindo Aditama ?

3. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap kepercayaan konsumen pada produk PT Citra Sublindo Aditama ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penulis membuat skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap kepercayaan konsumen pada produk PT Citra Sublindo Aditama.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen pada produk PT Citra Sublindo Aditama.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen pada produk PT Citra Sublindo Aditama.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini bisa dibagikan manfaat ke semua kalangan baik untuk peneliti sendiri, perusahaan dan akademis. Berikut ini manfaat dari penelitian ini, antara lain :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Supaya dapat menunjang teori yang sudah diperoleh peneliti, serta memberikan dukungan kepada variabel yang sebelumnya sudah ditinjau dan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi dunia pendidikan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Kegunaan yang dapat dipelajari dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini khususnya untuk peneliti adalah menambah wawasan mengenai produk pada suatu perusahaan, mengetahui bagaimana kepuasan konsumen dan kualitas produk mempengaruhi kepercayaan pembeli suatu produk.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan bertambahnya pemahaman dan ilmu penulis terhadap bidang penelitian ini mulai dari menemukan masalah, mengolah data untuk diteliti, meneliti masalah, menyusun data penelitian hingga menyimpulkannya yang disusun menjadi proposal pada penelitian ini.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi referensi tambahan untuk keperluan penelitian selanjutnya yang tentunya berhubungan dengan manajemen yaitu berupa bagaimana pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Toeri

2.1.1 Pengertian Produk

Produk merupakan hasil produksi dari suatu perusahaan yang digunakan untuk ditawarkan ke bagian pemasaran dengan tujuan di konsumsi ataupun digunakan oleh konsumen untuk kebutuhan sehari – hari sehingga perusahaan yang memproduksi mendapatkan keuntungan melalui kegiatan pemasaran tersebut.

Suatu produk wajib memiliki kelebihan dari produk – produk lainnya baik itu dari segi desain, bentuk, kualitas, kemasan, ukuran, garansi, rasa ataupun pelayanan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli atau mencoba produk tersebut. Para produsen biasanya menggunakan konsep konsumen yang lebih tertarik dengan suatu produk yang memiliki kualitas terbaik serta paling inovatif. Adapun beberapa dari jenis produk seperti:

- Barang, merupakan suatu benda atau objek yang berbentuk fisik yang diproduksi dan dipasarkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konumsen.

- Jasa, merupakan kegiatan yang tidak berwujud tetapi dapat direncanakan atau diidentifikasi yang dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

Pada penelitian oleh Pradnyana & Suryanata menjelaskan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh pada tingkat hasil atau kinerja ketimbang harapan (Pradnyana & Suryanata, 2021). Pada penelitian oleh menjelaskan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang ataupun sedih dari seseorang yang muncul terhadap produk yang telah dibelinya setelah membandingkannya dengan harapan atau keinginannya (Araujo, 2017). Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan konsumen bisa dilihat pada respon terhadap pemenuhan kebutuhannya dan penilaian evaluasi umum, selain itu kepuasan konsumen juga bisa dilihat sebagai reaksi emosional dan sebagai hasil dari suatu perkembangan yang dijelaskan oleh peneliti (Suariedewi & Sulistyawati, 2016). Kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Konsumen yang puas tentu akan meningkatkan penjualan dari perusahaan. Baik secara langsung maupun tidak langsung, kepuasan konsumen akan berdampak positif bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang yang menyebabkan penjualan atau pemakaian produk semakin

meningkat. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan untuk memperhatikan konsumen, tidak hanya memperhatikan keuntungan yang dibuat oleh perusahaan sehingga keberlangsungan usaha akan terus terjaga. Terdapat 5 faktor utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan pada penelitian (Handoko, 2017), yakni:

- Kualitas produk, konsumen akan merasa sangat puas ketika produk yang dihasilkan kualitasnya sangat bagus atau sesuai dengan harapan mereka.
- Kualitas pelayanan, pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus semaksimal mungkin agar konsumen merasa sangat diprioritaskan.
- Emosional, konsumen akan merasa senang apabila produk dengan merk tertentu yang dipakai tersebut dapat membuat orang lain kagum karena mempunyai tingkat kepuasan yang cenderung tinggi.
- Harga, apabila produk dengan kualitas baik tetapi harga terjangkau, konsumen pun akan tertarik untuk mencoba dan merasa puas dengan harga relatif rendah sudah mendapatkan produk berkualitas tinggi.
- Biaya, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan apapun untuk mendapatkan produk tersebut.

2.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator mengenai kepuasan konsumen berdasarkan teori dari (Setyo, 2017) yaitu:

1. Terpenuhinya harapan konsumen
2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk
3. Merekomendasikan kepada pihak lain

4. Kualitas layanan
5. Loyal
6. Reputasi yang baik
7. Lokasi

2.1.4 Kualitas Produk

Dalam penelitian oleh Purba & Syaifullah menjelaskan kualitas produk merupakan nilai yang dilihat dari kemampuan manfaat atau kegunaan suatu produk tersebut (Purba & Syaifullah, 2020). *“Product quality is the ability of a product to demonstrate its properties, including: Durable, reliable, easy to operate, fresh design, large memory, long battery life and Function according to user's wishes”* yang dijelaskan pada peneliti (Sudarman et al., 2021). Secara singkatnya kualitas produk merupakan nilai pada suatu produk yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan seseorang.

Umumnya produk disediakan berdasarkan empat kualitas yaitu kualitas rendah, kualitas sedang, kualitas tinggi dan kualitas sangat baik. Kualitas yang tinggi pun biasanya relatif dengan harga yang tinggi juga, tetapi bukan berarti bahwa biaya yang digunakan untuk bahan tersebut berlebihan. Kualitas produk yang dihasilkan harus dipertimbangkan dengan konsumen yang dituju sesuai dengan tingkat harga yang dapat dijangkau oleh konsumen itu tersendiri.

Dibutuhkannya standarisasi kualitas agar mencapai kualitas produk yang diinginkan, dilakukannya cara ini adalah agar tetap menjaga produk yang telah sesuai memenuhi standarnya sehingga konsumen tidak akan kehilangan

kepercayaan terhadap produk tersebut. Jika para pemasar tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, resiko yang akan terjadi yaitu kehilangan konsumen sehingga tingkat penjualan pun menurun.

2.1.5 Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator mengenai kualitas produk berdasarkan teori dari (Puspita et al., 2017) yaitu:

1. Kinerja
2. Fitur
3. Daya tahan
4. Mudah diperbaiki
5. Kesesuaian

2.1.6 Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen atau customer trust merupakan keyakinan akan seseorang terhadap suatu objek atau produk yang diinginkannya pada saat melakukan pembelian yang dijelaskan pada peneliti (Wulandari & Suwitho, 2017). *“Customer trust is all knowledge owned by customers and all conclusions held by customers about objects, attributes, and benefits. Objects can be products, people, companies, and everything in which a person has beliefs and attitudes”* yang dijelaskan pada peneliti (Setiawan, 2021). Kepercayaan merupakan kunci penting dalam pengembangan usaha dengan keinginan yang kuat agar mempertahankan sebuah hubungan langgeng dengan konsumen. Kepercayaan akan timbul apabila konsumen merasa yakin dan percaya terhadap penjual dengan produk yang

ditawarkannya. Dengan adanya kepercayaan maka konsumen akan merasa yakin dan aman untuk berbelanja dan bertransaksi di perusahaan tersebut tanpa khawatir informasi pribadinya akan disalahgunakan yang dijelaskan dalam peneliti (Purnomo & Rusminah, 2021).

Untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan perusahaan tidak hanya mengandalkan pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, tetapi lebih dari itu bahwa kepercayaan merupakan perantara kunci dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk membangun loyalitas pelanggan yang tinggi. adapun beberapa faktor dalam membentuk kepercayaan, yakni:

- Kemampuan, yaitu bagaimana cara penjual dalam menanggapi dan melayani konsumen dengan baik.
- Kebaikan hati, yaitu kemampuan cara penjual dalam memberikan keuntungan bagi konsumen yang tidak merugikan kedua belah pihak, bisa dilakukan dengan cara memberikan diskon untuk pembelian ke 2, atau voucher gratis hadiah kecil.
- Integritas, yaitu bagaimana perilaku penjual dalam menjalankan bisnisnya, seperti produk yang dijual sesuai dengan yang ditawarkan, kualitas produknya dapat dipercaya.

2.1.7 Indikator Kepercayaan Konsumen

Adapun indikator mengenai kepercayaan konsumen berdasarkan teori dari (Wulandari & Suwitho, 2017) yaitu:

1. Kehandalan

2. Kejujuran
3. Kepedulian
4. Kredibilitas

2.2 Peneliti Terdahulu

Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh peneliti sebagai penjelasan yang lebih mendalam dan berkaitan dengan variabel diatas, yakni:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Pradnyana & Suryanata, 2021)	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen	Analisis Statistik Multivariat	Variabel harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh pada brand image.
2	(Purba & Syaifullah, 2020)	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daisy Organic Di Kota Batam	Analisis Deskriptif	Promosi dan kualitas produk Daisy Organic baik, jelas dan tepat sehingga konsumen akan memperoleh produk tersebut.
3	(Faranisa et al., 2019)	Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepeda Motor Honda (studi kasus pada Galaxy Motor Kediri)	Regresi Linear Berganda	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen.

Lanjutan **Tabel 2.1**

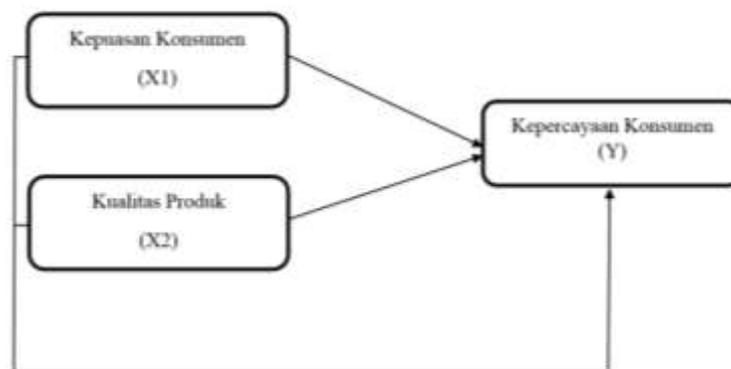
4	(Muctharom, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Maal Wat Tamwilnnurul Ummah Ngasem Bojonegoro	Analisis Deskriptif	Kualitas produk signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan harga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5	(Puspita et al., 2017)	Pengaruh Faktor Sosial, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Telepon Selular	Regresi Linear Berganda	Faktor sosial, citra merek dan kualitas produk melalui kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
6	(Wulandari & Suwitho, 2017)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa	Regresi Linear Berganda	Kualias layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
7	(Setyo, 2017)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks'	Regresi Linear Berganda	Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial namun harga (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen "Best Autoworks".

Sumber: Peneliti, 2021

2.3 Kerangka Berpikir

Pada penelitian oleh Faranisa dan lainnya menjelaskan kerangka berpikir adalah rancangan konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang berkaitan dengan beberapa faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting

(Faranisa et al., 2019). Kerangka berpikir seringkali digunakan oleh penulis untuk membantu menyelesaikan tulisan baik buku, artikel maupun penelitian. Dalam melakukan suatu penelitian yang menggunakan kerangka berpikir sebaiknya dapat dijelaskan secara teoritis dan penjelasan mengenai variabel yang diangkat.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti, 2021

2.4 Hipotesis

Secara umum kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.2 diatas dengan penjelasan sebagai berikut.

H₁ : Diduga kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada PT Citra Sublindo Aditama.

H₂ : Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada PT Citra Sublindo Aditama.

H₃ : Diduga kepuasan konsumen dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada PT Citra Sublindo Aditama.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut peneliti oleh Oscar dan Sumirah menjelaskan metode penelitian merupakan metode yang dilakukan agar dapat mengetahui sebab akibat setiap variabel yang dilakukan melalui uji hipotesis dengan perhitungan statistik (Oscar & Sumirah, 2019). Berdasarkan fungsinya penelitian dapat dibedakan menjadi 3 jenis yakni penelitian dasar, penelitian terapan dan penelitian evaluatif.

Diantara 3 jenis penelitian tersebut, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian dasar karena diperuntukkan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dengan menguji hipotesis dan prinsip dasar sebuah teori atau menemukan teori yang ada. Pada penelitian ini tergolong kedalam penelitian survey dikarenakan data atau informasi yang dikumpulkan merupakan data variabel dari sekelompok objek (populasi). Penelitian survey merupakan penelitian yang baik digunakan untuk memecahkan masalah praktis maupun bahan untuk merumuskan kebijakan.

Berdasarkan jenis data dan analisisnya, penelitian dapat dibagi menjadi metode kualitatif dan kuantitatif. Metode yang digunakan pada jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif yang disebarkan dengan kuisisioner pada *google form* dan kemudian hasil dari kuisisioner tersebut diolah melalui aplikasi *Software SPSS*. Metode kuantitatif merupakan metode yang menggunakan filsafat positivisme yang digunakan untuk mempelajari lebih dalam populasi atau sampel tertentu dengan

menggunakan cara mengumpulkan data menggunakan alat penelitian dan menganalisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2017).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian untuk pengembangan, yang dimana sifat penelitian ini hampir sama dengan peneliti sebelumnya tetapi memiliki jangka waktu dan variabel yang berbeda. Penelitian ini adalah agar dapat menentukan kegagalan mana yang akan terjadi.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Batam khususnya di PT Citra Sublindo Aditama yang terletak di Komplek Citra Buana Centre Park 1 Blok A No.10A, Kampung Pelita Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Citra Sublindo Aditama yang berlokasi di daerah seraya Kota Batam dan jadwal penelitian yang dilakukan terdiri dari pengajuan judul, membuat dan menyebarkan kuisisioner, penulisan bab 1 sampai bab 3, mengolah data pada bab 4 sampai dengan bab 5 dengan waktu sekitar kurang lebih 6 (enam) bulan lamanya dimulai dari bulan september 2021 sampai januari 2022 berakhir penyusunan skripsi ini. Periode penelitiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan Tahap Penelitian	Pertemuan																		
	Sep'21			Okt'21				Nov'21				Des'21				Jan'21			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																		
Membuat Kuisisioner		■	■																
Menyebarkan n Kuisisioner			■	■															
Penyelesaian BAB I					■	■													
Penyelesaian BAB II						■	■	■											
Penyelesaian BAB III								■	■	■									
Penyelesaian BAB IV										■	■	■	■						
Penyelesaian BAB V														■	■	■	■		
Penyelesaian Skripsi																			■

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh jumlah individu yang tergolong objek ataupun subjek dengan memiliki karakteristik atau kualitas tertentu yang akan diteliti oleh peneliti (Sujarweni Wiratna, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di PT Citra Sublindo Aditama yang berjumlah sebanyak 150 responden.

3.4.2 Sampel

Menurut peneliti oleh Oscar & Sumirah sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi (Oscar & Sumirah, 2019). Teknik sampling yang digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu teknik sampling jenuh.

Dikarenakan jumlah populasi konsumen pada PT Citra Sublindo Aditama adalah sebanyak 150 responden. Metode sampling jenuh merupakan metode yang pengambilan sampelnya memperhatikan nilai kejenuhan sampel tersebut.

3.5 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian merupakan data yang diperoleh dari hasil persepsi pribadi konsumen secara langsung yang dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan (kuisisioner). Data dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan dan dengan penyebaran kuisisioner melalui *google form* kepada konsumen PT Citra Sublindo Aditama.

2. Data Sekunder

Sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara seperti buku atau dokumen dan informasi yang diberikan oleh perusahaan mengenai tingkat penjualan produk perusahaan, visi dan misi perusahaan dan hal – hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yaitu melalui kuisisioner dengan cara menyebarkan pertanyaan untuk mendapatkan data primer dari responden. Peneliti menyebarkan kuisisioner kepada para konsumen PT Citra

Sublindo Aditama yang dilakukan secara online melalui media *Google Form* dan juga secara langsung memberi lembar kuisisioner kepada responden.

Dalam penelitian ini pengumpulan data untuk variabel – variabel yang akan diolah tersebut dikumpulkan dengan menggunakan teknik *skala likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur pendapat responden. Pada *Skala Likert* terdapat lima jenis yaitu: Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Yang kemudian variabel yang ingin diukur diubah menjadi variabel indikator. Indikator digunakan sebagai titik acuan untuk item perangkat yang disusun dalam bentuk pernyataan ataupun pertanyaan. Dalam *Skala Likert* untuk mengukur kuisisioner dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Tanggapan Responden

No	Skala Likert	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	ST	4
3	Ragu - Ragu	RG	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Oscar & Sumirah, 2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian oleh Oscar & Sumirah menjelaskan operasional variabel penelitian adalah suatu konsep dalam bentuk kerangka kerja, yang membentuk suatu istilah yang menggambarkan perilaku yang diamati dan dapat dikendalikan oleh fakta(Oscar & Sumirah, 2019).

3.7.1 Variabel Bebas (Independen)

Dalam penelitian Oscar & Sumirah menjelaskan bahwa variabel bebas merupakan variabel yang menjadi pengaruh berubah dan munculnya variabel terikat (Oscar & Sumirah, 2019). Variabel bebas pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen (X1) dan kualitas produk (X2).

Tabel 3.3 Variabel Bebas (Independen)

Kepuasan Konsumen (X1)	Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosi dari seorang konsumen setelah menggunakan produk yang dimana kebutuhan dan harapan konsumen tersebut dapat terpenuhi.	1. Terpenuhinya harapan konsumen	<i>Likert</i>
		2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk	
		3. Merekomendasikan kepada pihak lain	
		4. Kualitas layanan	
		5. Loyal	
		6. Reputasi yang baik	
		7. Lokasi	
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah karakteristik yang terdapat pada produk tersebut baik dari segi bentuk, bahan, daya tahan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen.	1. Kinerja	<i>Likert</i>
		2. Fitur	
		3. Daya tahan	
		4. Mudah diperbaiki	
		5. Kesesuaian	

Sumber: (Setyo, 2017), (Puspita et al., 2017)

3.7.2 Variabel Terikat (Dependen)

Dalam penelitian oleh Oscar & Sumirah mengatakan variabel terikat merupakan variabel yang terjadi karena akibat adanya pengaruh dari variabel bebas (Oscar & Sumirah, 2019). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepercayaan konsumen (Y).

Tabel 3.4 Variabel Terikat (Dependen)

Kepercayaan Konsumen (Y)	Kepercayaan Konsumen adalah keyakinan akan seorang konsumen terhadap produk yang telah pernah digunakannya.	1. Kehandalan	<i>Likert</i>
		2. Kejujuran	
		3. Kepedulian	
		4. Kredibilitas	

Sumber: (Wulandari & Suwitho, 2017)

3.8 Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data diperlukannya dengan mengumpulkan data berdasarkan variabel dan jenis responden yang kemudian dilakukan perhitungan untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah tersebut. Menganalisa data biasanya terdapat menjadi 2 jenis yaitu dengan melakukan uji statistik dan mendeskripsikan data. Analisis data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan pendekatan kuantitatif yang data tersebut akan diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 25.0.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian oleh Oscar & Sumirah mengatakan analisis deskriptif merupakan analisis data yang dilakukan agar mengetahui variabel tersebut tanpa berpengaruh pada variabel lain dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah didapatkan (Oscar & Sumirah, 2019). Langkah awal yang harus dilakukan yaitu dengan mengumpulkan data yang kemudian menentukan alat untuk mendapatkan hasil data dari variabel yang akan diteliti. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah kuisioner.

3.8.2 Uji Kualitas Data

Agar dapat melanjutkan penelitian lebih dalam lagi, maka peneliti juga melakukan pengujian ini dengan menggunakan hasil kuisioner sebagai alat ukurnya. Uji yang dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Dalam penelitian oleh Oscar & Sumirah dijelaskan uji validitas merupakan suatu tolak ukur dengan mengelompokkan data sesuai variabel yang bertujuan untuk melihat tingkat kecocokan atau tidaknya dengan kuisioner penelitian (Oscar & Sumirah, 2019). Validitas pada penelitian ini menggunakan *pearson correlation* yang dimana variabel tersebut dapat dinyatakan valid apabila nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tolak ukur kepercayaan atau kestabilan pada hasil suatu pengukuran Rata – rata nilai koefisien reliabilitas yaitu sekitar -1 sampai dengan 1, tetapi jika nilai koefisien tersebut kurang dari 0 maka tidak ada gunanya karena koefisien hanya berfokus pada yang positif. Dikatakan variabel tersebut reliabel apabila hasil pada *Cronbach's Alpha* adalah $>0,6$.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas setelah hasil dari data tersebut reliabel dan valid.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah *statistic* parametris dengan data yang diuji dalam bentuk ratio. Setiap data variabel harus diuji dulu normalitasnya apabila menggunakan statistik parametris, jika variabel tidak normal maka tidak dapat menggunakan statistik parametris yang disampaikan dalam penelitian (Oscar & Sumirah, 2019). Dalam peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* agar dapat mengetahui apakah nilai variabel normal atau tidak. Dikatakan variabel tersebut normal apabila nilai sig $>0,05$ dan apabila nilai sig $<0,05$ maka variabel tersebut tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Pada penelitian oleh Setyo menjelaskan uji multikolinearitas adalah situasi dimana terjadi hubungan linier yang tidak mendekati sempurna ataupun sempurna diantara dua variabel independen atau lebih pada model regresi (Setyo, 2017). Yang diukur dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), apabila nilai VIF <10 maka tidak terjadi multikolinearitas sedangkan jika >10 maka akan terjadi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian oleh Setyo mengatakan uji ini terjadinya perbedaan variabel antara residual pada model regresi (Setyo, 2017). Yang diukur memakai uji *Park Gleyser* yang apabila variabel bebas memiliki nilai sig $>0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas sebaliknya jika variabel bebas $<0,05$ maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pembuktian hipotesis antara variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun persamaan umum dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Rumus 3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

$$y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \varepsilon$$

Sumber: (Setyo, 2017)

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Pada penelitian oleh Aditia dijelaskan bahwa koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam perubahan variabel terikat (Aditia et al., 2020). Nilai koefisien determinasi berkisaran nol atau satu. Jika nilai R² kecil berarti kemampuan variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen, sebaliknya jika nilai mendekati 1 maka informasi dari variabel independen cukup lengkap untuk memprediksi variabel tersebut.

3.9 Uji Hipotesis

Pada penelitian oleh Aditia dijelaskan uji hipotesis merupakan teknik pengujian dengan menggunakan aplikasi berbasis statistik yang akan menghasilkan keputusan bahwa diterima atau ditolaknya hipotesis dengan uji t (parsial) (Aditia et

al., 2020). Dengan hasil jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ = maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan sebaliknya jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.9.1 Uji t (Parsial)

Pada penelitian oleh Muchtharom menjelaskan uji t dilakukan dengan tujuan apakah variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Muchtharom, 2019). Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji f (Simultan)

Pada penelitian oleh Muchtharom menjelaskan uji f dilakukan dengan tujuan apakah model regresi variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial (Muchtharom, 2019).

Dengan kriteria jika $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

