

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. (Sugiyono, 2018: 8) Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu, hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

#### **B. Obyek dan Lokasi Penelitian**

Obyek penelitian dalam skripsi ini adalah Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Kepuasan Konsumen. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada masyarakat pengguna atau konsumen yang pernah membeli produk pada PT. Dahlia Dewantara Unit Metro.

#### **C. Metode Penelitian**

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono, 2016:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **1. Operasional Variabel**

Operasional variabel merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk dan promosi sebagai variabel bebas, kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing variabel :

**a. Harga**

- 1) Definisi konseptual harga ( $X_1$ ) : Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Merupakan aspek yang jelas tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami.
- 2) Definisi Operasional harga ( $X_1$ ) : Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Merupakan aspek yang jelas tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami. yang meliputi (1) keterjangkauan harga ,(2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) daya saingan harga dan (4) kesesuaian yang diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan di berikan kepada masyarakat pengguna atau konsumen yang membeli produk pada PT. Dahlia Dewantara Unit Metro.

**b. Kualitas produk**

- 1) Definisi konseptual kualitas produk ( $X_2$ ) : Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang mampu memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.
- 2) Definisi operasional kualitas produk ( $X_2$ ) : Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang mampu memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan dilihat dari (1) bentuk, (2) ciri ciri produk, (3) kesesuaian dengan produk (4) desain. Diukur menggunakan instrumen dengan skala

likert dan diberikan kepada masyarakat pengguna atau konsumen yang membeli produk pada PT, Dahlia Dewantara Unit Metro.

**c. Promosi**

- 1) Definisi konseptual promosi ( $X_3$ ) : Promosi merupakan semua kegiatan yang bermaksud mengkomunikasikan atau menyampaikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaanya, untuk mengubah sikap ataupun mendorong orang untuk bertindak (dalam hal ini membeli).
- 2) Definisi operasional promosi ( $X_3$ ) : Promosi merupakan semua kegiatan yang bermaksud mengkomunikasikan atau menyampaikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaanya, untuk mengubah sikap ataupun mendorong orang untuk bertindak. 1) hak dengan iklan, 2) publisitas, 3) pemasaran langsung, 4) promosi penjualan, 5) promosi dari mulut kemulut. Diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan diberikan kepada masyarakat pengguna atau konsumen yang membeli produk pada PT. Dahlia Dewantara Unit Metro.

**d. Kepuasan Konsumen**

- 1) Definisi konseptual kepuasan konsumen (Y) : Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.
- 2) Definisi operasional kepuasan konsumen (Y) : Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. meliputi indikator (1)Kepuasan konsumen secara keseluruhan, (2) Konsfirmasi harapan (3) Minat membeli ulang dan (4) Kesiediaan untuk merekomendasikan Diukur menggunakan instrumen dengan skala

*likert* dan diberikan kepada masyarakat pengguna atau konsumen yang membeli produk pada PT. Dahlia Dewantara Unit Metro.

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

**Tabel 4 Operasional Variabel**

No.	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Harga ( $X_1$ )	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan produk c. Kesesuaian harga dengan manfaat d. Daya saing harga	Skala likert
2.	Kualitas produk ( $X_2$ )	a. bentuk b. ciri ciri produk c. kesesuaian d. desain	Skala likert
3.	promosi ( $X_3$ )	a. hak dengan iklan, b. publisitas, c. pemasaran langsung, d. promosi penjualan e. promosi dari mulut kemulut.	Skala likert
4.	Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	a. Konsirmasi harapan b. Minat membeli ulang c. Kesiediaan untuk merekomendasikan	Skala likert

a. Kisi Kisi Instrumen Variabel

Tabel 5 Kisi – Kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Butir Angket Kuesioner
1	Harga	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan produk c. Kesesuaian harga dengan manfaat d. Daya saing harga	1,2,3,4,5 6,7,8,9 10,11,12,13,14,15, 16,17,18,19,20
2	Kualitas Produk	a. bentuk b. ciri- ciri produk c. kesesuaian d. desain	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11,12 ,13,14,15,16, 17,18,19,20
3	Promosi	a. hak dengan iklan, b. publisitas, c. pemasaran langsung, d. promosi penjualan e. promosi dari mulut kemulut.	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13, 14,15,16, 17,18,19,20
4	Kepuasan konsumen	a. Konsirmasi harapan b. Minat membeli ulang c. Kesiediaan untuk merekomendasikan	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20

## D. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2018:61). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna alat rumah tangga yang membeli pada PT. Dahlia Dewantara Unit Metro. maka jumlah populasi diambil berdasarkan jumlah pembeli terbanyak dalam setahun di tahun 2019 yaitu sebanyak 297 pembeli

### 2. Sampel

Sugiyono, 2018: 84) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. sampel dalam penelitian ini diambil dari besar dan jumlah populasi penelitian yang tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel pada penelitian ini pada penelitian ini akan menggunakan penelitian *accidental sampling* yaitu ( sugiyono, 2016:85). Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/isendental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sampel kemudian dicari dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: jumlah sampel

N: jumlah seluruh populasi

e: toleransi error

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)} = \frac{297}{1+(297.0,01^2)} = \frac{297}{1+(297.0,01)} = \frac{297}{3,97} = 74,84$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang baik dari populasi sebesar 74,84 namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsur pembulatan, nantinya jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 75 responden.

## **E. Sumber Data**

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis atau lisan dengan menggunakan metode wawancara (Jonathan Sarwono, 2015: 16).

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai saranya untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti (Jonathan Sarwono, 2015: 17). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari perpustakaan berupa buku-buku dan juga melalui jurnal.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tertulis, lisan, gambaran, atau arkeologis.

### **2. Observasi**

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang di saksikan selama penelitian. Observasi juga merupakan suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 2015: 63).

Dalam teknik wawancara menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

### **3. Wawancara**

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Nasution, 2015: 113).

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.

#### **4. Quisioner (Angket)**

Angket digunakan sebagai pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang Harga, kualitas produk, promosi serta kepuasan konsumen. Quisioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabannya (Sugiyono, 2018: 142). Angket yang digunakan bersifat pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden untuk mendapatkan objek penelitian dengan jawaban yang disediakan oleh peneliti. Menurut Suharsim Arikunto (2013: 90), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang diketahuinya. Daftar pertanyaan dalam kuesioner harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, agar memperoleh data berkaitan dengan harga, kualitas produk promosi dan kepuasan konsumen pada PT dahlia dewantara. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut bergerak antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono, 2018: 167):

Responden yang menjawab opsi A (Sangat Setuju)	: diberi skor 5
Responden yang menjawab opsi B (Setuju)	: diberi skor 4
Responden yang menjawab opsi C (Ragu-ragu)	: diberi skor 3
Responden yang menjawab opsi D Tidak Setuju)	: diberi skor 2
Responden yang menjawab opsi E (Sangat Tidak Setuju)	: diberi skor 1

## 5. Kepustakaan (*Library Research*)

kepuustakaan merupakan cara pengumpulan data bermacam macam material yang terdapat diruang kepuustakaan seperti koran buku-buku majalah, naskah, dokumen dan sebagainya.

Menurut (sugiyono 2018: 291) studi kepuustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan refrensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian ini tidak lepas dari literatur – literatur ilmiah.

## G. Pengujian Persyaratan Instrumen

### a. Uji validitas

Pengujian validitas ini di tunjukan untuk melihat suatu hubungan antara masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Butir-butir pertanyaan yang mempunyai factor *loading* yang valid yaitu >0,5 menunjukan bahwa indiktaor-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk. Dengan instrument yang valid akan menghasilkan data yang valid pula, atau dapat dikatan juga bahwa jika data yang di hasilkan dari sebuah instrument valid, maka instrument itu juga valid. Selanjutnya peneliti akan menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya korelasi *korelasi product moment* dengan rumus :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  hitung : koefisien korelasi antara variable X dan Y

$\sum X$  : jumlah skor item

$\sum Y$  : jumlah skor total

N : junmlah responden

$\sum xy$  : hasil perkalian dari total jumlah variable X dan Variabel Y

$\sum x^2$  : kuadrat dari total jumlah Variabel X

$\sum y^2$  : kuadrat dari total jumlah Variabel Y

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh respondent sampel, kemudian membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dari  $r_{tabel}$  jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

## b. Uji Reliabilitas

Menurut pendapat Ghozali (2013:84) Uji reabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah di pastikan validitasnya. Uji reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach'sAlpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel, suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's* > 0,60 dengan rumus:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma b^2} \right]$$

dimana :

$r_{11}$  = reliabilitas instrument/ koefisien reabilitas

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma b^2$  = varians total

## H. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Menurut pendapat Ghozali (2013:160), bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, Uji Normalitas di perlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji data distribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan program SPSS, yaitu dengan menggunakan Uji normalitas menggunakan metode *kolmogrov-Smirnov* jika hasil angka signifikan (Sig) lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Dala uji *kolmogrov-Smimov* ini standar pengambilan keputusan ditentukan dengan pedoman keputusan sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka distribusi data tidak normal

b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka distribusi data normal

Hipotesis yang digunakan untuk menyimpulkan keputusan adalah:

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal

$H_o$  : data residual berdistribusi normal

## **b. Uji Linieritas**

Menurut pendapat sugiyono dan susanto (2015:323) Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for Linearity* dengan pada tingkat signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi *Deviation from Linearity* lebih dari 0,05.

## **3. Uji Homogenitas**

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

## **I. Model analisis**

### **1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terkait. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

(sumber: Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

Y = Variabel dependent yang diprediksikan (kepuasan konsumen)

X<sub>1</sub> = Variabel independent (Harga)

X<sub>2</sub> = Variabel independent (Kualitas produk)

X<sub>3</sub> = Variabel independent (Promosi)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila X=0)

e = error

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>n</sub> = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. Menurut Imam Ghozali (2013 : 98), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ( $\alpha=0,05$ ). Jika t hitung lebih besar t tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap terhadap variabel dependen. sedangkan jika t hitung lebih kecil t tabel maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas maka berpengaruh signifikan, sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai probabilitas maka tidak berpengaruh signifikan

Untuk menguji hipotesis melalui uji t dapat digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = nilai  $t_{hitung}$

r = koefisien korelasi antara variable x dan y

n = jumlah responden

$r^2$  = kuadrat koefisien antara variabel x dan y

## 3. Uji F

Uji F disebut juga uji signifikan serentak (secara simultan). Pada dasarnya uji F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang diamsukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Imam Ghozali, 2013: 98). Uji f ini dapat dilakukan dengan membandingkan antara  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hipotesis alternatif diterima (layak digunakan), demikian pula sebaliknya. Taraf nyata yang digunakan adalah sebesar 5%. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ( $\alpha=0,05$ ). Jika f hitung lebih besar f tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap terhadap variabel dependen. sedangkan jika f hitung lebih

kecil  $f$  tabel maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas maka berpengaruh signifikan, sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai probabilitas maka tidak berpengaruh signifikan.

#### **4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut pendapat Ghozali (2013:97) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan menggunakan rumus:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

$R^2$  : koefisien korelasi

## 5. Uji Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik merupakan dugaan atau persyaratan yang perlu di uji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

- a)  $H_0: \beta_1 \leq 0$  : Harga ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)  
 $H_a: \beta_1 \geq 0$  : Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen (Y)
- b)  $H_0: \beta_2 \leq 0$  : Kualitas Produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)  
 $H_a: \beta_2 \geq 0$  : kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen (Y)
- c)  $H_0: \beta_3 \leq 0$  : Promosi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)  
 $H_a: \beta_3 \geq 0$  : Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen (Y)
- d)  $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$  : Harga ( $X_1$ ), Kualitas produk ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen(Y)
- e)  $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \geq 0$  : Harga ( $X_1$ ), Kualitas produk ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen(Y)