

Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis

<https://ejurnal.umsj.ac.id/index.php/ekobis>

Vol. 2 No. 2 Desember, 2025, Hal. 125 - 136

PENGARUH DIVERSIVIKASI PRODUCT ,KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK MIE SEDAP

Ade Firman Nadil¹, Erica Ferry Sukma Sitepu¹

¹ Universitas Moch. Sroedji, Jember

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diversifikasi product , kualitas produk, dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk Mie sedap secara simultan maupun parsial Di Masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember . Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengaruh diversifikasi product , kualitas produk, dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk Mie sedap baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci: Diversifikasi Product , Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of product diversification, product quality, and brand equity on consumer satisfaction of Mie Sedap products simultaneously and partially in the Istana Tegal Besar Housing Community, Jember Regency. This study uses the Multiple Linear Regression Analysis method. The results of the study concluded that the effect of product diversification, product quality, and brand equity on consumer satisfaction of Mie Sedap products both simultaneously and partially.

Keywords:

Product Diversification, Product Quality, Brand Equity, Consumer Satisfaction

Pendahuluan

Pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia semakin mengalami perubahan. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan produk makanan siap saji sebagai makanan praktis sehari-hari. Berdasarkan fenomena lingkungan sekitar, salah satu makanan favorit pengganti nasi adalah Mie dan roti. Namun, mie masih harus dimasak terlebih dahulu meskipun memerlukan waktu yang relatif lebih singkat untuk dapat disajikan dibandingkan nasi. Berbeda dengan roti, makanan tersebut sengaja dibuat agar orang dengan sedikit waktu tidak perlu berlama-lama untuk menunggu waktu makan. Walaupun demikian khususnya di Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember yang mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani dan rata-rata memiliki penghasilan rendah, mie masih menjadi prioritas utama untuk menggantikan nasi dikarenakan harganya lebih terjangkau jika dibandingkan dengan makanan pengganti yang lain sehingga saat ini mie lebih familiar.

Pada dasarnya produk Mie Instan diketahui adalah salah satu produk makanan cepat saji yang semakin lama semakin banyak digemari oleh masyarakat khalayak luas. Karena proses pembuatannya yang mudah membuat masyarakat tidak perlu susah payah membuatnya. Produk ini pun biasa dikonsumsi dengan harga yang relative terjangkau mudah didapatkan dan sifatnya tahan lama.

Produk ini pun bisa dibeli dari kalangan bawah sampai menengah atas, dan produk yang dikeluarkan mie instan ini pun tentunya beragam, dari segi kemasan serta peningkatan kualitasnya pun pasti berbeda dengan semakin banyaknya merk mie instan yang ada dipasaran berarti memberikan keleluasan bagi konsumen untuk memilih merk yang sesuai dengan keinginannya, oleh karena itu sangat perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen mie instan untuk mengetahui pola pembeliannya, dengan banyaknya merk mie instan yang ada dipasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat.

Misalnya mengubah kemasan yang menarik, warna, aroma, promosi dan harga.

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Terdapat perbedaan antara pembelian aktual dan minat pembelian ulang. Bila pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, maka minat pembelian ulang adalah niat untuk melakukan pembelian kembali pada kesempatan mendatang (Kinnear & Taylor, 1995).

Produsen yang ingin membuat produk agar produknya disukai oleh konsumen adalah sama dengan produk Mie instan hanya saja produsen tersebut harus pintar pintarnya memerlukan warna yang baru, produk tersebut adalah Produk Mie Instan dengan Merk SEDAP. Mie sedap ini adalah merk Mie instan popular kedua dibawah produk dari Indomie yang diproduksi oleh Wingsfood, diluncurkan pada tahun 2003, selain itu Mie sedap juga dijual keluar negeri, antara lain Malaysia. Pada tahun 2008 mie sedap meluncurkan kemasan baru dengan formula baru yang diperkaya 7 vitamin, dan pada tahun 2009 mie sedap meluncurkan rasa barunya. Mula-mula persaingan hanya sebatas berdua iklan tetapi lama kelamaan menjadi persaingan penjualan produk di pasaran.

Penelitian Spears & Singh (2004) mendapatkan kesimpulan bahwa sikap terhadap iklan berpengaruh langsung terhadap sikap terhadap merek yang akhirnya mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian Biehal et al., 1992; Brown & Stayman, 1992; MacKenzie et al. 1986 menunjukkan adanya hubungan positif antara sikap pada iklan terhadap brand awareness. Sedangkan hasil penelitian dari Teng; Laroche; & Zhu (2007) pembuat iklan juga harus memikirkan adanya brand awareness, karena menurutnya brand awareness dapat mempengaruhi sikap terhadap merek. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Peyrot dan Van Doren (1994), disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara sikap terhadap merek terhadap minat beli ulang konsumen.

Metode

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian eksplanatoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian diskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara dua variabel bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro, 2009:12).

Menurut Neolaka (2014:28) penelitian kausal bertujuan untuk meneliti kemungkinan hubungan sebab akibat dengan cara berdasarkan atas pengamatan terhadap akibat yang ada mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajarai, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiono, 2016:80). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember dengan jumlah populasi secara keseluruhan 329, yang merupakan konsumen produk mie sedap rata-rata 2 kali dalam satu minggu. Pemilihan lokasi populasi ini berdasarkan pada satu pertimbangan yang logis yaitu peneliti mendapat kemudahan dalam hal memperoleh data dari konsumen yang akan dipergunakan dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan manfaat berdasarkan keterbatasan biaya, waktu dan tenaga.

Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan

sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative/mewakili (Sugiyono, 2016:81).

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al, 2007:182) sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember sebesar 83, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{83}{1 + 83 (0,1)^2} \\ n &= \frac{83}{1 + 0,83} \\ n &= \frac{83}{1,83} \\ n &= 45 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas diperoleh n = 45. Jadi sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebesar 45 Orang.

Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2016:147) adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis kuantitatif dari perubahan satu atau

beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistic. Pengelolaan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Model pengujian menggunakan pendekatan *PearsonCorrelation* untuk menguji validitas pernyataan kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada keusioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Uji validitas data menguji seberapa baik satu atau perangkat instrument pengukuran yang diukur dengan tepat. Validitas ditentukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing item. Criteria yang diterapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika r -hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari r -tabel (nilai kritis) maka dapat dikatakan valid. Selain itu jika nilai $sif < 0,05$ maka instrument dapat dikatakan valid (Ghozali, 2013:52).

Uji Reliabilitas

Apabila validitas telah diperoleh, maka peneliti harus mempertimbangkan pula pengukuran reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel-variabel.

Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini berarti reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan beberapa kali. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung cronbachalpha masing-masing item dengan bantuan IBM SPSS versi 23.0. suatu instrument dikatakan reliable jika mempunyai nilai alpha positif dan lebih besar dari 0,700. Dimana semakin besar nilai alpha, maka alat pengukur yang digunakan semakin handal (Ghozali, 2013:47)

Uji Asumsi Klasik

Normalitas

Uji normalitas di lakukan dengan *One-Sample KolmogorovSmirnov Test* dan *ShapiroWilk*, *normal probability plot* dengan bantuan program statistik komputer IBM SPSS (*StatisticPacket For SocialScience*) versi 23,00 (Ghozali, 2013:160).

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas jika mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1. Dimana, $tolerance = 1/VIF$ atau $VIF = 1/ tolerance$ (Ghozali, 2013:105)

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Sactter Plot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heterokedastisitas.

Autokorelasi

Autokorelasi merupakan pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah dijumpai adanya autokorelasi digunakan Durbin-Watson test. Cara pengujinya adalah dengan membandingkan nilai Durbin-Watson seperti telah dijelaskan oleh Supranto (1995:113), selang kepercayaan dapat diberikan dengan melibatkan lima wilayah dengan menggunakan d_L (batas bawah) dan d_U (batas atas) sebagai berikut:

Jika $d < d_L$: menolak H_0 (ada korelasi positif)

Jika $d > 4 - d_L$: menolak H_0 (ada korelasi negatif)

Jika $d_U < d < 4 - d_U$: terima H_0 (tidak ada korelasi)

Jika $d_L \leq d \leq d_U$: pengujian tidak dapat disimpulkan

Jika $(4 - d_U) \leq d \leq (4 - d_L)$: pengujian tidak dapat disimpulkan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antar variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (Ghozali, 2013:96). Model persamaan regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan Konsumen
- α : Konstanta
- $\beta_{1,2,3}$: Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2, X_3
- X_1 : Diversifikasi product
- X_2 : Kualitas Produk
- X_3 : Ekuitas Merek

Uji Hipotesis

Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menguji hipotesis digunakan statistic F dengan criteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. *Quick look*: nilai nilai F lebih besar dari pada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel independen.
- b. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut table. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F table, maka H_0 ditolak dan menerima HA (Ghozali, 2013:97).

Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan penerimaan atau penolakan apabila angka signifikan di bawah atau sama dengan 0,05 maka H_1 alternative diterima dan H_0 ditolak. Pengujian hipotesis juga dapat menggunakan perbandingan antara t hitung dengan t table dengan ketentuan:

- a. $H_0 : b_i = 0$, berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y.
- $H_1 : b_j \neq 0$, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y (Ghozali, 2013:97).
- b. Kriteria pengujian:
 1. H_0 diterima, apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y.
 2. H_0 ditolak, apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y (Ghozali, 2013:97).

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi model regresi yang baik. Tidak

seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2013:99).

Hasil dan Pembahasan

Uji Intrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut (kuesioner) mengukur apa yang ingin diukur dalam sebuah penelitian secara tepat. Menurut Arikunto (2006:169) mengemukakan bahwa sebuah kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	r hitung	Keterangan
1	X1	X1.1	0,612	Valid r > 0,294
		X1.2	0,827	
		X1.3	0,845	
		X1.4	0,625	
		X1.5	0,845	
2	X2	X2.1	0,744	Valid r > 0,294
		X2.2	0,735	
		X2.3	0,735	
		X2.4	0,744	
3	X3	X3.1	0,949	Valid r > 0,294
		X3.2	0,397	
		X3.3	0,949	
		X3.4	0,949	
4	Y	Y1	0,896	Valid r > 0,294
		Y2	0,896	
		Y3	0,499	

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai nilai-nilai r hitung yang lebih besar dari 0,294. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α). Suatu instrumen dapat dikatakan andal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,6 (Arikunto, 1993).

No	Variabel	Nilai Alpha(α)	Keterangan
1	X1	0,804	Reliabel > 0,60
2	X2	0,724	Reliabel > 0,60
3	X3	0,823	Reliabel > 0,60
4	Y	0,637	Reliabel > 0,60

Berdasarkan tabel 2 diatas, menunjukkan hasil koefisien keandalan reliabilitas untuk variable X1, X2, X3 dan Y dalam analisis berada pada kriteria tinggi dan sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dalam arti bahwa apabila pertanyaan tersebut diajukan lagi akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban pertama. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variable adalah reliable karena nilai koefisien reliable lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Pengujian normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis memiliki nilai residual berada disekitar nol (data normal). Normalitas dapat diketahui melalui multifacation kolmogorov-smirnov. Jika nilai K-S < nilai tabel atau nilai 2-tailed < dari 0,05 maka data tidak normal. Namun jika nilai K-S > nilai tabel atau nilai 2-tailed > dari 0,05 maka data normal

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RESIDUAL
N		45
Normal Parameters ^a	Mean	-97.8678
	Std. Deviation	12.26253
Most Extreme Differences	Absolute	.284
	Positive	.284
	Negative	-.198
Kolmogorov-Smirnov Z		1.907
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 3 diatas, asumsi kenormalan nilai residual pada model perlu diuji untuk membuktikan apakah nilai residual berada disekitar nilai nol. Hasil uji dengan kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai

residual pada model mengikuti sebaran normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil Asymp.(2-tailed) > 0,05 Nilai residual yang diperoleh adalah 0,081 karena nilai residual untuk 2 tailed > 0,05 sehingga data dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas karena nilainya > 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil analisis regresi linier berganda variabel bebas pengaruh keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember tetapi ada kemungkinan terjadi multikolinearitas diantara masing-masing variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, dilakukan pengujian pada variabel bebas secara parsial yaitu dengan melakukan regresi antar variabel bebas dengan menjadikan salah satu variabel bebas sebagai variabel terikat (Gujarati, 1993:163). Kriteria pengujinya adalah apabila nilai VIF lebih besar dari 5 berarti didalam model terdapat multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai VIF lebih kecil dari 5 berarti didalam model tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dijelaskan pada tabel 4

Tabel 4 Hasil pengujian multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.805	3.761
X2	.612	1.627
X3	.733	2.409

Dari tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. variabel keberagaman produk (X_1) memiliki VIF sebesar 3,761 artinya model regresi dengan variabel keberagaman produk tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5.
2. variabel kualitas produk (X_2) memiliki VIF sebesar 1,627 artinya model regresi dengan variabel kualitas produk tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5
3. variabel ekuitas merk (X_3) memiliki VIF sebesar 2,409 artinya model regresi dengan variabel ekuitas merk tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 5

Menurut Supranto (1995:8) di dalam regresi linier harus dianggap bahwa tidak ada kolinearitas ganda diantara variabel bebas. Hal ini dikarenakan apabila kolinearitas sempurna terjadi, maka koefisien regresi dari pada variabel X tidak dapat ditentukan (indeterminate) dan standart errornya tak terhingga (infinite). Kalau kolinearitas kurang sempurna, walaupun bias ditentukan mempunyai standart error yang tinggi (dalam hubungannya dengan koefisien-koefisien itu sendiri), yang berarti koefisien regresi tidak dapat diperkirakan dengan tingkat ketelitian yang tinggi (jadi kurang teliti perkiraan yang diperoleh). Perlu disebutkan bahwa, karena variabel bebas X dianggap konstan/tetap atau non stochastic, kolinearitas ganda sebenarnya merupakan fenomena sampel saja.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Spearman yaitu dengan menggunakan koefisien korelasi rank dengan hipotesis sebagai berikut:

- a. H_0 : tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.
- b. H_a : ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model ini dapat dilihat pada tabel 5.13 berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		RESID UAL	X1	X2	X3
Spearman's rho	RESID UAL	Correlation Coefficient	1.000	.985**	.945**
		Sig. (2-tailed)		.765	.775
		N	45	45	45
X1	Correlation Coefficient	.985**	1.000	.947**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.765	.776	.777	.804
	N	45	45	45	45
X2	Correlation Coefficient	.945**	.947**	1.000	.706**
	Sig. (2-tailed)	.775	.777	.706	.900
	N	45	45	45	45
X3	Correlation Coefficient	.880**	.851**	.706**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.881	.804	.900	.882
	N	45	45	45	45

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, jika nilai signifikansi (Sig 2-tailed) lebih besar dari nilai alpha sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada nilai residual. Nilai signifikansi X1 (0,765), X2 (0,775), dan X3 (0,881) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi variabel Y.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti tidak terjadi antara variabel pengganggu (e_i) dengan variabel terikat. Untuk pengujian autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson. Sedangkan kriteria pengambilan keputusan untuk uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- Apabila $DW < d_L$, H_0 ditolak, $P \neq 0$, berarti terdapat autokorelasi positif pada model regresi yang digunakan.
- Apabila $DW > 4 - d_L$, H_0 ditolak, $P \neq 0$, berarti terdapat autokorelasi negatif pada model regresi yang digunakan.
- Apabila $d_U < DW < 4 - d_U$, H_0 diterima, $P = 0$, berarti tidak terdapat autokorelasi pada model regresi yang digunakan.
- Apabila $d_L \leq DW \leq d_U$, atau $4 - d_U \leq DW \leq 4 - d_L$, maka pengujian ini hasilnya tidak konklusif (inconklusif) atau tidak dapat disimpulkan sehingga tidak dapat diketahui apakah terdapat

autokorelasi atau tidak pada model regresi yang digunakan.

Tabel 6 Hasil Autokorelasi

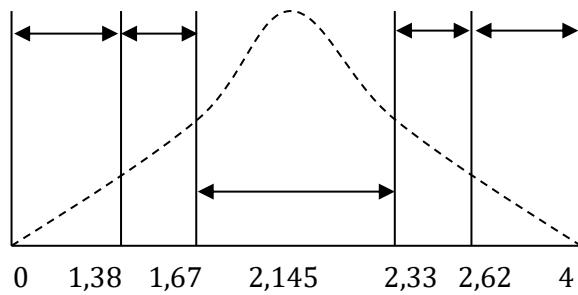
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 ^a	.798	.845	15.120116	2.145

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6 diatas, hasil perhitungan diketahui bahwa nilai d (DW) adalah sebesar 2,145 sedangkan untuk $n = 45$ dan $k = 3$. Diketahui nilai d_L dan d_U pada tingkat signifikansi 5% (pada tabel) adalah $d_L = 1,38$ dan $d_U = 1,67$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, $P = 0$, berarti tidak terdapat autokorelasi pada model regresi yang digunakan karena nilai d $< DW < 4 - d$ yaitu $1,67 < 2,145 < 2,33$ atau dapat digambar sebagai berikut:



Gambar 1 Statistik Durbin-Watson
Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 7 berikut:

Tabel 7 Hasil analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3.036	2.347	
X1	.941	1.537	1.076
X2	1.383	1.310	1.248
X3	.420	.732	.409

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 7 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,036 + 0,941 X_1 + 1,383 X_2 + 0,420 X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut:

1. nilai konstanta (a) dari nilai regresi tersebut sebesar 3,036, nilai ini berarti bahwa jika tidak ada variabel keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek, kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember (Y) adalah 3,036, hal ini berarti kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember akan terus meningkat seiring waktu.
2. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,941 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan keberagaman produk (X_1) akan meningkatkan kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember Jember (Y) sebesar 0,941 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan
3. Koefisien regresi X_2 sebesar 1,383 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan kualitas produk (X_2) akan meningkatkan kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember (Y) sebesar 1,383 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan
4. Koefisien regresi X_3 sebesar 0,420 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan ekuitas merek (X_3) akan meningkatkan kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember sebesar 0,420 dengan anggapan variabel yang lain adalah konstan

Nilai koefisien beta yang ditunjukkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk adalah faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember yaitu sebesar 1,248.

Uji Hipotesis

1 Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F)

Untuk mengetahui adanya pengaruh keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember digunakan alat analisis yaitu uji F (F-test).

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regressi on	86.552	3	28.851	6.284	.001 ^a
	188.248	41	4.591		
	274.800	44			

a. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 5.16 diatas, hasil uji F menunjukkan 6,284. Hasil pengujian untuk melihat apakah koefisien dari variabel bebas yaitu keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember digunakan F tabel pada $\alpha = 5\%$, $df_1 = 3$ dan $df_2 = 45$ sebesar 2,81 hal ini berarti F hitung $> F$ tabel ($6,284 > 2,81$) dengan tingkat signifikan 0,001. Karena F hitung $> F$ tabel atau probabilitas (0,000) jauh kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember atau dapat dikatakan variabel keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember .

2 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian koefisien regresi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember . Kriteria pengujian untuk uji t ini adalah apabila t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas

terhadap variabel terikat dan apabila t hitung lebih kecil dari t tabel, artinya bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 9 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.294	.203
X1	2.613	.004
X2	3.056	.007
X3	2.573	.070

Berdasarkan tabel 9 diatas, diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

1. variabel keberagaman produk memiliki nilai probabilitas t sebesar 2,613 sedangkan t tabel untuk X1 adalah 2,021, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas keberagaman produk terhadap variabel terikat kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember
2. variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas t sebesar 3,056 sedangkan t tabel untuk X2 adalah 2,021, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas produk terhadap variabel terikat kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember .
3. variabel ekuitas merek memiliki nilai probabilitas t sebesar 2,573 sedangkan t tabel untuk X3 adalah 2,021, maka Ho ditolak karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas ekuitas merek terhadap variabel terikat kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember
- 3 Koefisien Determinasi Berganda belum

Tabel 10 Hasil koefisien determinasi bergandaModel Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 ^a	.798	.845	1.12011	2.145

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 10 diatas, diperoleh nilai R sebesar 0,877 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember . Sebesar 87,7 % kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember dapat dijelaskan dengan keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek.

Nilai koefisien korelasi (R), digunakan untuk mengetahui sifat keeratan hubungan antara variabel keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember . Nilai koefisien korelasi sebesar 0,877, berarti hubungan antara keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember sangat erat.

Standar deviasi Y sebesar 1,74386 lebih besar dari *Standar Error of the Estimate* sebesar 1.12011, hal ini menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam bertindak sebagai prediktor variabel daripada variabel Y sendiri

Untuk mengetahui besarnya proporsi sumbangan variabel bebas keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember digunakan analisis koefisien determinasi berganda (R²). Berdasarkan dari hasil perhitungan data yang diolah diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,845. Nilai ini menunjukkan bahwa naik atau turunnya kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember dapat

dijelaskan dengan keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek sebesar 84,5 %, sedangkan sisanya 16,5 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian secara simultan dan parsial dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

a. Hasil analisis secara simultan variabel keberagaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember , karena nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan F tabel ($6,284 > 2,81$).

b. Hasil analisis secara parsial (uji t) Secara parsial Hasil uji t variabel keberagaman produk memiliki nilai probabilitas t sebesar 2,613 sedangkan t tabel untuk X1 adalah 2,021, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas keberagaman produk terhadap variabel terikat kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember , variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas t sebesar 3,056 sedangkan t tabel untuk X2 adalah 2,021, maka Ho diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas produk terhadap variabel terikat kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember , variabel ekuitas merek memiliki nilai probabilitas t sebesar 2,573 sedangkan t tabel untuk X3 adalah 2,021, maka Ho ditolak karena t hitung lebih besar dari t tabel, artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas ekuitas merek terhadap variabel terikat kepuasan konsumen produk

mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember

2. Nilai koefisien beta yang ditunjukan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk adalah faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap di masyarakat Perumahan Istana Tegal Besar Kabupaten Jember yaitu sebesar 1,248.

Daftar Referensi

- Ali Hasan. 2008. Marketing. Media Utama , Yogyakarta.
- Alida, Palilati, 2004, Jurnal Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Etnik Bugis
- Amin Widjaja Tunggal. 2008. Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM). Jakarta : Harvindo.
- Chaffey, D., Mayer, R., Johnston, K., dan Ellis-Chadwick, F. (2000). *Internet Marketing: Strategy. Implementation and Practice*, First Published, London: Prentice-Hall, Inc. Bab 8 dan 10.
- Cooper, Donald R. 2000. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi ke-5, Jilid 2*. Erlangga : Jakarta
- Dharmayanti, Diah. 2006. Analisa Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap Ekstensifikasi Merek (Brand Extension) Pada Margarine Merek Filma Di Surabaya. 65-73
- Djarwanto dan Subagyo,2000 Statistik Induktif. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T., 2001. *Strategimenaklukkan pasar melalui riset ekuitas danperilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Efferin, S., Darmadji, S.H. & Tan, Y., 2004. *Metodepenelitian untuk akuntansi*. Malang: Bayumedia Publishing. 74
- Fornel, Claes. 1992. A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal ofMarketing*. Vol. 56, January, 6-21.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi AnalisisMultivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gujarati, Damodar, 2004. *Ekonometrika Dasar*, Terjemahan Sumarno Zaon. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Musser, John., Tim O'Reilly. (2006). *Web dinamis Principles and Best Practices*. O'Reilly Radar
- Kosasih,2001, *Penerapan CRM pada SDM perusahaan*
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, dan Chin Tiong Tan. 1996. *Marketing Manajement: An Asia perspective*. First edition. Singapore Prentice Hall Inc. Singapore.
- Loudon, David L. dan Albert J Della Bitta. 1993. *Consumer Behavior: Concept & Application*. Fourth editon. McGraw-Hill. Singapore.
- Perreault, Mc Charty. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Prasetyo,A. 2010. *Pengaruh CustomerRelationship Management Dan Nilai Pelangan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel AHAS "UMAR JAYA" Di Wonoayu Sidoarjo*. Undergraduate thesis, UPN "Veteran" Jatim.
- Schell, George P dan Raymond Mcleod. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Spiller, L., dan Baier, M. 2009. *Contemporary Direct and Interactive Marketing*, Second Edition , New Jersey: Prentice-Hall, Inc, bab 2.
- Sulistyawaty.2008. *Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Kartu Kredit Di Wilayah DKI Jakarta*.LPFE-UI. Jakarta.
- Supranto, J. 1995. *Ekonometrika* Buku I. LPFE-UI.Jakarta.
- Sutedjo, Budi, dkk. 2003. *I-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.com*. Yogyakarta : penerbit Andi
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko. 1992. *Analisa dan Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- Tofler. Alvin. 1997, *The Powershift of Management*
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*.Mandar Maju. Bandung.